

**PROPUESTA PARA FORTALECER EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL
FEMENINO EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN LA
CIUDAD DE PALMIRA**

**MARÍA LEONOR VARGAS ZULUAGA
LINA FERNANDA CABRERA DÍAZ**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PALMIRA
2013**

**PROPUESTA PARA FORTALECER EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL
FEMENINO EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN LA
CIUDAD DE PALMIRA**

**MARÍA LEONOR VARGAS ZULUAGA
LINA FERNANDA CABRERA DÍAZ**

**Proyecto de trabajo de grado para optar al Título de Administración de
Empresas**

**Tutor
Magister Edwin Giraldo**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PALMIRA
2013**

Nota de Aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Palmira, 2 de Mayo de 2013

DEDICATORIA

Este trabajo de grado es dedicado a Dios por brindarnos la oportunidad de realizar nuestros estudios e iluminarnos para la culminación de los mismos, a nuestras familias por brindarnos a diario animo, apoyo, cariño y dedicación para continuar en el camino además de estar presentes en cada momento de nuestras vidas, a nuestros profesores que con sus conocimientos y enseñanzas nos han formado profesionalmente y nos han inculcado la importancia de ser profesionales integrales y con valores.

Agradecemos a nuestro tutor Edwin Giraldo por orientarnos en cada paso del desarrollo de este trabajo de grado, por confiar en nosotras y brindarnos su apoyo y conocimiento, al profesor Holbein Giraldo por apoyarnos y animarnos en el transcurso de nuestra carrera y a todas las personas que directa o indirectamente nos colaboraron en el desarrollo de la investigación.

CONTENIDO

	Pág.
1. TÍTULO	7
2. ANTECEDENTES	8
3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	19
4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
5. OBJETIVOS	22
5.1 OBJETIVO GENERAL	22
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
6. JUSTIFICACIÓN	23
7. MARCO CONTEXTUAL	26
7.1 INFORMACIÓN GENERAL	26
7.2 PALMIRA MICROEMPRESARIAL	27
8. MARCO CONCEPTUAL	29
9. MARCO TEÓRICO	34
9.1 EMPRENDIMIENTO	34
9.2 LA CONCEPCIÓN DE SCHUMPETER	35
9.3 LA CONCEPCIÓN DE LA ESCUELA AUSTRIACA DEL EMPRENDIMIENTO	37
9.4 LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN HAWARD STEVENSON	38
9.4.1 La oportunidad	38
9.4.2 Los Recursos	39
9.4.3 El equipo emprendedor	40
9.5 OBJETIVOS DEL MILENIO	42

10. MARCO JURÍDICO	46
10.1 LEY DE CULTURA Y EMPRENDIMIENTO	46
10.2 LEY 344 DE 1996	48
10.3 LEY 789 DE 2002	48
10.3.1 Decreto 934 de 2003	48
10.4 LEY 905 DE 2004	49
10.5 LEY 1014 DE 2006	49
10.5.1 Sentencia C-392 de 2007	49
10.5.2 Sentencia C-448 del 3 de Mayo de 2005	49
10.6 LEY 1009 DE 2006	50
10.7 LEY 827 DE 2003	50
11. METODOLOGÍA	52
12. TIPO DE ESTUDIO	53
13. POBLACIÓN Y MUESTRA	54
14. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	55
15. METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA	56
15.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	56
16. CONCLUSIONES	81
17. RECOMENDACIONES	87
18. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	91
19. PRESUPUESTO	92
BIBLIOGRAFÍA	93
ANEXOS	98

1. TÍTULO

PROPUESTA PARA FORTALECER EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL
FEMENINO EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN LA
CIUDAD DE PALMIRA

2. ANTECEDENTES

Como toda Latinoamérica, Colombia cambio drásticamente en la segunda mitad del siglo veinte. Las tasas de fecundidad se incrementaron notablemente. La población creció a tasas superiores al 3% anual entre la postguerra y 1970, conformando núcleos familiares numerosos. Se transformó en un país urbano, con mayor expectativa de vida y crecimiento moderado de la población, y redujo a niveles mínimo el analfabetismo. La pobreza disminuyó en más de veinte puntos porcentuales entre 1978 y 1997. Hubo más de medio siglo de crecimientos sostenido. La distribución del ingreso mejoró paulatinamente, mas marcadamente en las ciudades. Así, mientras en 1978 había 70% de pobreza urbana y 94% en el campo, en 1995 estas proporciones habían pasado a 18% y 79% respectivamente.¹ El mayor acceso a los servicios públicos domiciliarios y de salud mejoró la calidad de vida de la población, sobre todo en las zonas urbanas.²

Durante los años setenta se produjo una disminución en las tasa de fecundidad y de mortalidad; en consecuencia, se redujo el tamaño del núcleo familiar, se conformaron grupos con una sola cabeza de familia (hombre y mujer) y fue mayor la edad en que se contraía matrimonio.³ La composición demográfica pasó de ser mayoritariamente joven a principios de los cincuenta, a adulta con perspectivas de envejecimiento en la actualidad.⁴

¹ VELEZ, CARLOS (Marzo 2002) "Colombia poverty Report ".Green cover Confidential, Volumen 1.Colombia Country Management Unit PREM Sector Management Unit Latin America and Caribbean Region. Washington D.C.Banco Mundial.

² BORJA, WALDEN (2004) "Evaluación de la Política Social 2003".Santa Fe de Bogotá: Contraloría General de la República.

³ PROFAMILIA (2000). "Salud Sexual y reproductiva en Colombia. Encuesta Nacional de Demografía y Salud 2000". Área de evaluación e investigación de Profamilia: Santa Fe de Bogotá.

⁴ Ibíd.

La modernización del país cambió los esquemas de vida de la Población y la distribución de actividades entre géneros. El papel de la mujer se transformó, de manera que ella se convirtió en fuentes importante de ingresos para la familia. Con la introducción de los métodos anticonceptivos la mujer pudo ejercer otros papeles diferentes del cuidado maternal y actividad doméstica. Alcanzó los mismos niveles de educación del Varón y buscó empleos remunerados en sectores económicos antes vedados para ellas, aunque la tasa de participación laboral de los hombres es mayor que el de las mujeres, la brecha entre ambos grupos paso de 36 puntos porcentuales a 23 puntos porcentuales en los años noventa. Con Uruguay, Bolivia y Honduras Colombia tiene una de las tasas más altas de participación femenina laboral entre los Países de América Latina.⁵

Hoy la mujer ha incursionado en casi todas las actividades antes reservadas a los hombres. La mujer Colombiana ha logrado mayores grados de educación, integración democrática, inserción laboral y una mejor posición dentro de la estructura familiar. Suele ser cabeza de hogar con mayores responsabilidades en la provisión de ingresos y el mantenimiento y mejoramiento de la calidad de vida de la familia.

Es, entonces apenas natural que la mujer busque oportunidades laborales a través de soluciones no tradicionales, como trabajadora informal o propietaria de microempresas; su inserción en los micro establecimientos le permite enfrentar con resultados positivos el desempleo y la pobreza, y manejar de manera flexible su tiempo para atender las labores domésticas. En la actualidad cada de diez empleos femeninos son creados por esta actividad.⁶

⁵ URIBE, CONSUELO (2002). "La reforma De pensiones en Colombia y la equidad de género". Series mujer y desarrollo. Nro41. Proyecto: Impacto de género de la reforma de pensiones en América Latina. Unidad Mujer y Desarrollo. Santiago de Chile: cepal.

⁶ MATOSAS, ANACLARA y SILVEIRA, SARA (2003). "Género y Economía informal en América Latina. Nuevos retos y respuestas posibles desde las políticas de información de trabajo". Cinterfor boletín Nro. 155: Formación en la economía informal. Montevideo: Cinterfor.

La microempresa, entidad empresarial con menos de diez trabajadores, se ha multiplicado como medio para lograr ingresos en un negocio de carácter familiar en sectores de escasos recursos, muchos casos administradas por mujeres, lo que explica que ellas sean propietarias de más del 30% de las microempresas del País.⁷

La mujer Colombiana en la antigüedad se encontraba relegada en un segundo plano ya que únicamente era tenida en cuenta en las labores del hogar sin la posibilidad de desempeñar puestos que antiguamente ocupaban los hombres como en las áreas de la política, deportes y emprendimiento, etc. A partir de la reforma Constitucional de 1991 la mujer ha tomado otro papel en la historia Colombiana, destruyendo ese paradigma de que las mujeres únicamente se podían desempeñar bien en las labores del hogar.

La mujer Colombiana hoy en día ocupa un papel fundamental en la economía, siempre se preocupa por demostrar sus capacidades y talento natural llegando a asumir grandes retos en cualquier forma de emprendimiento.

En el año 2003 el gobierno Nacional implementó la ley 823 la cual se basa en una política social cuyo seguimiento a los resultados alcanzados han permitido afirmar que hay igualdad de oportunidades tanto para los hombres como para las mujeres, "Por eso, el mejor camino que puede tener una mujer para equilibrar sus objetivos profesionales, económicos y familiares es ser empresaria. Cuando se es empresaria se tiene cierto dominio sobre su tiempo además hay una serie de actividades familiares que la mujer hace mejor que el hombre y a las que un empleo tradicional no les da acceso fácilmente"⁸

⁷ Ibíd.

⁸ REVISTA ACCION. "Las mujeres se abren paso como empresarias". En revista acción Edición 094, 2008 <http://www.ccc.org.co/archivo/revista-accion/094/b.html>. Consultado 30 Agosto 2012.

Por su parte, la Consejería Presidencial para la Equidad de la mujer señala que la mayoría de las emprendedoras colombianas se ubican en el segmento de las microempresas y aunque faltan estudios en ese sentido, la entidad considera que más de un 50% de las microempresas del país son creadas y lideradas por mujeres. “Pero muchas de éstas son empresas débiles que carecen de información, que no tienen un amplio conocimiento del mercado, que tradicionalmente no han tenido acceso a la banca formal, que requieren más capacitación y por eso es que desde la Consejería se impulsan programas que promuevan la cultura empresarial en las mujeres”, entre estos programas están: Programa Mujer Cabeza de Familia Microempresaria, Programa Nacional para el desarrollo Integral de la Mujer Empresaria, Programa Feria Nacional de la Mujer Empresaria, Programa Feria Regional de la Mujer Empresaria y Jornadas de Banca de Oportunidades para Mujeres.

La Asociación nacional de Mujeres Empresarias y Emprendedoras “COL EMPRESARIAS” ha sido un apoyo para las mujeres que buscan prosperar y emprender sus empresas en el país: Colempresarias tiene como fin representar, coordinar, gestionar, fomentar y defender los intereses comunes de todas las empresarias, emprendedoras y organizaciones empresariales de mujeres en general que voluntariamente se adhieran a ella. Se encuentran afiliadas empresas del Departamento del Valle del Cauca, Bogotá, Antioquía, Santander, Bolívar.

“COLEMPRESARIAS ha logrado a través de su trabajo en las regiones, ser vista como un centro de unión de las mujeres empresarias y emprendedoras; como una comunidad que pretende estimular la presencia de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial, dando respuestas y alternativas a su desarrollo

económico y social y avanzar así, hacia la consolidación de una organización gremial.”⁹

Según la consejería para la Equidad de la Mujer el Valle del Cauca es una región con una vocación empresarial bastante arraigada, por tal motivo es uno de los departamentos en que hay un nivel de desarrollo de las empresarias sobre los demás departamentos del País.

Fomento y Desarrollo Empresarial contempla el proceso de motivación, concientización y formación de la cultura del emprendimiento, dirigido hacia los diferentes estratos socioeconómicos y académicos; siendo este la primera fase del proceso de formación de nuevos empresarios.

De igual forma se han adelantado procesos que permiten fortalecer sectores importantes en la economía palmirana, generando espacios que le posibiliten al microempresario contar con herramientas técnicas y administrativas para implementar estrategias de sostenibilidad en el desarrollo competitivo, como son las capacitaciones y el fortalecimiento empresarial (mejoramiento de la gestión administrativa, implementación de sistemas de información y nuevas tecnologías, asegurando la calidad en los procesos, incursión en nuevos mercados, fácil acceso a créditos entre otros), y fortalecimiento de MYPIMES, asesorando a los empresarios en la formulación y evaluación de proyectos de inversión económica y social que se propongan emprender.¹⁰

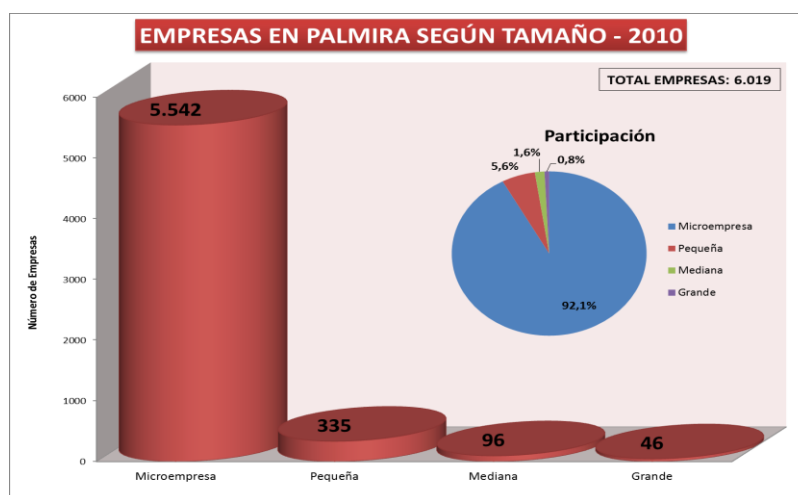
⁹ COLEMPRESARIAS. "Organización gremial". Colempresarias. <http://www.colempresarias.org/quienes-somos/brochure/>. Consultado en la fecha 3 Septiembre 2012.

¹⁰ REVISTA ACCION. "Las mujeres se abren paso como empresarias". En revista acción Edición 094, 2008. <http://www.ccc.org.co/archivo/revista-accion/094/b.html>. Consultado 30 Agosto 2012.

En el año 2006 existían en funcionamiento 7500 microempresas, 400 pequeñas, 99 medianas y solo 46 grandes empresas. Las primeras vendieron \$220 mil millones, la mediana empresa negoció \$547 mil millones en el 2006 y la gran empresa cerró negocios por \$1.5 billones de pesos.¹¹

Para el año 2010, en el Municipio de Palmira la microempresa representa el 92.1% de participación que equivale a 5.542 microempresas, según el anuario estadístico de la Cámara de Comercio de Palmira año 2011, comparado con la pequeña, mediana y gran empresa.¹²

Figura 1. Empresas según su tamaño en 2010



Fuente: Registro Mercantil – Cámara de Comercio de Palmira – A Diciembre 31 de 2010.

Para el año 2011, en el Municipio de Palmira la microempresa representa el 92.7% de participación que equivale a 5.182 microempresas, según el anuario

¹¹ PLAN DE DESARROLLO PALMIRA 2008-2011. "Anuario estadístico 2009".

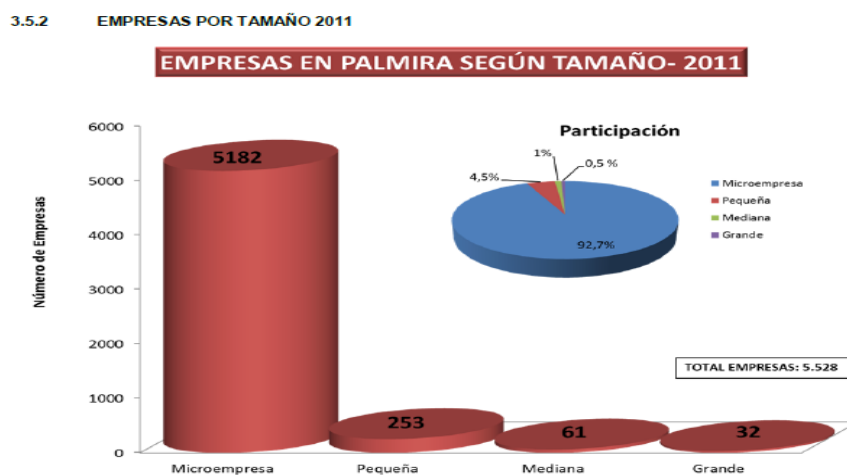
<http://fundacionprogresamos.org.co/anuario-estadistico-2009/archivos/docs/PDM/ANEXO%20No.%203%20DIAGNOSTICO.pdf>. Consultado el 30 de Agosto de 2012.

¹² CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA. "Anuario Estadístico de Palmira año 2011".

<http://www.fundacionprogresamos.org.co/anuario-estadistico-2010/Palmira%202011/03/0305.pdf>

estadístico de la Cámara de Comercio de Palmira año 2012, comparado con la pequeña, mediana y gran empresa.¹³

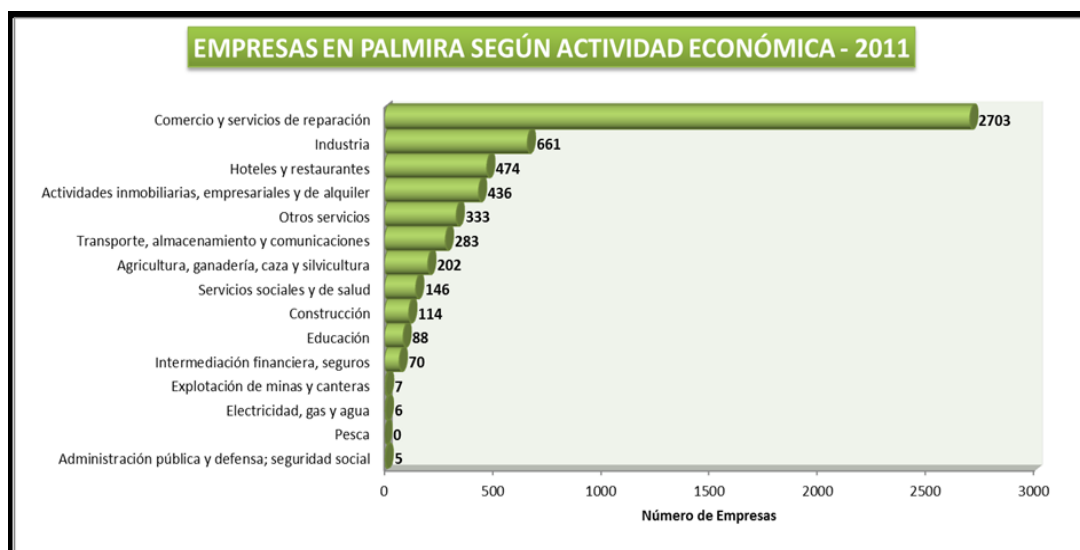
Figura 2. Empresas según su tamaño en 2011



Fuente: Registro Mercantil – Cámara de Comercio de Palmira – A Diciembre 31 de 2011.

¹³ CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA. "Anuario Estadístico de Palmira año 2012".
<http://www.fundacionprogresamos.org.co/anuario-estadistico-2012/palmira2012/03/0305.pdf>

Figura 3. Empresas según su actividad económica 2011



Fuente: Registro Mercantil – Cámara de Comercio de Palmira – A Diciembre 31 de 2011.

Para el año 2010-2011 se han presentado los siguientes cambios en la cantidad de empresas en funcionamiento:

Tabla 1. Nombre de la Tabla

TIPO DE EMPRESA	AÑO 2010	AÑO 2011
Grandes	46	31
Microempresas	5542	5182
Pequeñas	335	253
Medianas	96	61
Total Empresas	6019	5528

Fuente: Anuario estadístico de Palmira-fundación progreseemos de 2012.

La información suministrada por la biblioteca de la Cámara de Comercio de Palmira corresponde a las empresas con renovación en su matrícula mercantil en el año 2012.

Las microempresas del municipio de Palmira según su actividad económica se encuentran conformadas de la siguiente manera en el año 2009 y 2010, se observa que el sector servicios ocupa una participación significativa en el segmento de las microempresas.

Figura 4. Empresas según su actividad económica 2009



Fuente: Registro Mercantil – Cámara de Comercio de Palmira – A Diciembre 31 de 2009. Total Microempresas 5497

Figura 5. Empresas según su actividad económica 2010



Fuente: Registro Mercantil – Cámara de Comercio de Palmira – A Diciembre 31 de 2010. Total Microempresas 5542

Figura 6. Empresas según su actividad económica 2011



Fuente: Registro Mercantil – Cámara de Comercio de Palmira – A Diciembre 31 de 2011. Total Microempresas 5182

El sector en Colombia, según International Data Corporation (IDC), creció un 61 % durante los últimos cuatro años y las exportaciones alcanzaron los 446 millones de dólares, con ingresos operacionales superiores a los 2.600 millones para el 2011. Desde la isla de San Andrés el ministro de Comercio, Industria y Turismo, habló en el mes de Diciembre del 2012 sobre el programa que se adelanta para atraer a países como Corea del Sur y Filipinas y algunos en América Latina, para abrir centros de servicios compartidos y atender a un mercado potencial de 850 millones de personas, El Programa de Transformación Productiva se enfocará en establecer alianzas con el sector privado para fortalecer las capacidades del capital humano, que es vital en cualquier negocio pero especialmente en este, en donde “la calidad del recurso humano es la materia prima para el buen funcionamiento de los negocios de servicios”, comentó el ministro. Para esto, el Congreso de la República se encuentra aprobando un crédito con el Banco Interamericano de Desarrollo por

12.000 millones de dólares, no solo para fortalecer el capital humano sino también para afianzar la capacidad exportadora de las Mi pymes.¹⁴

Por su parte en la ciudad de Palmira las microempresas del sector servicio inscritas en Cámara de Comercio con renovación del registro mercantil al año 2012, entre 0 y 10 empleados con activos entre 10.000.000= y menores a 501.000= Salarios Mínimos Vigentes corresponden al número de: 125, siendo 50 las microempresas del sector servicios creadas por mujeres, en las cuales se baso la investigacion.

¹⁴ EL MUNDO.COM. "Colombia fortalecerá el sector servicios".

http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/colombia_fortalecera_sector_de_servicios.php. consultado el 20 Diciembre 2012.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el mundo actual, crear empresa es una opción para generar riqueza en Colombia, según información estadística del DANE, existen 1.442.117 establecimientos de comercio, de los cuales 1.389.698 son Mi Pymes, es decir, el 96.4%. De éstas, 1.336.051 corresponden a microempresas que representan el 92.6% del total¹⁵. Por este motivo es la primera idea que pasa por la mente de cualquier emprendedor ya que le permita alcanzar una independencia, lograr la realización personal, ser autónomo y ser exitoso. Pero esto no es una tarea fácil. Hay algo que ocurre en ese proceso que hace que solo unos pocos logren tener empresas sostenibles y otros al poco tiempo de crear su empresa se vean obligados a cerrar, a pesar de tener el apoyo de entidades como el Sena con sus Unidades de Emprendimiento, la Cámara de Comercio, la Alcaldía, la Gobernación y diversas empresas privadas donde se presta asesoría y capacitación en la creación y fortalecimiento a las empresas.¹⁶

Son diversos los factores que motivan a la población femenina a crear empresa entre ellas se puede mencionar la preparación y el conocimiento que se tiene sobre lo que realmente significa ser un empresario exitoso; En Colombia existen cada vez más microempresas en cabeza de mujeres ya que las mujeres a diario se encuentran en la búsqueda de tener una independencia económica, oportunidades en el mercado y adicionalmente la posibilidad de manejar su tiempo para no descuidar sus labores en el hogar. El Valle de Cauca, desde hace unos años, está replanteando su modelo de desarrollo; son importantes los avances logrados en responsabilidad social empresarial y en sustentabilidad para mejorar los índices de desarrollo humano. Entre los

¹⁵ EXPOMIPYME" Expo mipyme digital 2013C". http://www.easyfairs.com/es/events_216/expo-mipyme-digital2013_34267/expo-mipyme-digital-2013_34268/?. consultado el 20 Diciembre 2012.

¹⁶ CERVANTES MUÑOZ. María Angélica. "Factores claves de éxito en microempresas del municipio de Palmira Valle del Cauca con más de cinco años de creación". Tesis para optar al título de magister en administración de empresas. Universidad Nacional Manizales 2011. Pág. 29. <http://www.bdigital.unal.edu.co/4638/1/7709008.2011.pdf>. consultado el 30 septiembre 2012.

avances más significativos en el Valle del Cauca en la actualidad se destacan las pequeñas y medianas empresarias que con esfuerzo y dedicación han logrado sacar adelante sus negocios.¹⁷

Por encontrarse Palmira dentro del Departamento del Valle del Cauca y ser cuna de mujeres responsables, perseverantes y recursivas se busca por medio de este proyecto realizar una propuesta para fortalecer el emprendimiento empresarial femenino en las microempresas del sector servicios entre 0 y 10 empleados con activos entre \$10.000.000= y menores a 501 salarios mínimos legales vigentes ya que en la ciudad dentro de las 5182 microempresas existentes en Palmira hay 150 con las características anteriormente mencionadas y de estas 50 son lideradas por mujeres, cifra baja teniendo en cuenta la cantidad de microempresas existente, adicionalmente las microempresarias de este sector encuentran grandes dificultades en cuanto al manejo de sus microempresas debido a la falta de capacitación, inseguridad, la competencia por parte de empresas informales, la falta de conocimiento sobre los programas de apoyo al microempresario ofrecido por diferentes organizaciones. Se pretende indagar porque motivo se presenta esta problemática en la ciudad que entorpece el desarrollo del emprendimiento y crear una propuesta que ayude a fortalecer el emprendimiento empresarial femenino en el sector servicios.

Es importante aclarar que se tomó como objeto de estudio el sector servicio debido a los adelantos que se han presentado en los acuerdos comerciales del País con los cuales se busca incentivar a los empresarios que se encuentran en este sector ya que aportan más del 69% del empleo en el país.

¹⁷ REVISTA ACCION. "Entrevista con un experto" Edición 118, Marzo 2010. <http://www.ccc.org.co/archivo/revista-accion/118/l.html>. Consultado en la fecha 10 Septiembre 2012.

4. FORMULACIÓN DE PROBLEMA

¿Cuál es la mejor propuesta que se puede construir para fortalecer los niveles de Emprendimiento femenino en la Ciudad de Palmira para el año 2013?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es el porcentaje de microempresas del sector servicios lideradas por mujeres en la ciudad de Palmira?
- ¿De qué forma ha crecido el emprendimiento empresarial femenino en Palmira y como se está impulsando?
- ¿Cuál ha sido el rango de tiempo de permanecía en el mercado las microempresas del sector servicios creadas por mujeres?
- ¿Qué estrategias se pueden implementar para fortalecer los factores que generan debilidad en el emprendimiento femenino de las microempresas del sector servicio en Palmira?

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Construir una Propuesta para fortalecer el emprendimiento empresarial femenino en el sector servicios en la ciudad de Palmira.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el porcentaje de microempresas del sector servicios creadas por mujeres en la ciudad de Palmira.
- Identificar el rango de tiempo y razones de permanencia en el mercado de las microempresas del sector servicios creadas por mujeres
- Establecer si el emprendimiento femenino ha crecido en la ciudad de Palmira y como se está impulsando
- Crear estrategias que permitan fortalecer los factores que generan debilidad en el emprendimiento femenino de las microempresas del sector servicio en Palmira.

6. JUSTIFICACIÓN

Un alto porcentaje de las mujeres en el mundo participan hoy en día en actividades de emprendimiento empresarial, especialmente en economías informales. En Colombia existen en la actualidad muchos casos de emprendimiento por parte de la mujer en toda la geografía del país y bajo diversas circunstancias sociales y culturales. La mujer Colombiana es pujante, emprendedora y trabajadora y suele conquistar sus objetivos incluso en los entornos más adversos¹⁸. Por esta razón es necesario apoyar a la mujer Colombiana para que se fomente una Cultura de emprendimiento empresarial en ellas y logren que las microempresas creadas por mujeres perduren en el mercado.

El enfoque de este trabajo va dirigido a Palmira, con él se quiere lograr generar una propuesta que fortalezca el emprendimiento femenino en esta ciudad, ya que las mujeres hacen parte de la sociedad y por ende deben hacer parte del mercado.

En un mercado tal vez saturado y un poco agresivo la introducción a este crea cierto temor y más cuando existe poco apoyo para fortalecer el emprendimiento.

Es positivo generar una investigación que tenga un enfoque dirigido a la población femenina y a sus ideas de emprendimiento y buscar la manera de crear una propuesta que genere un impacto fuerte en este sector y que logre impulsar el emprendimiento en un alto grado además esto genera un aporte

¹⁸ CASTRILLON, GLENDA MARIA y RICAURTE, JUAN CARLOS. "Tesis Caracterización de la mujer emprendedora en Colombia". <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/10584/131/1/32785746.pdf>. Consultado el 5 Febrero de 2013.

para el cumplimiento de uno de los objetivos del milenio que es la Equidad de género.

En conclusión se escogió el sector servicios porque es el sector que está generando más empleo en el país y el cual tiene proyección con los acuerdos comerciales de Colombia según el Plan de Acción del Gobierno Nacional,. Además es un sector en el que falta desarrollo en la ciudad como esta planteado en el anuario estadístico de Palmira

Se escogió la población femenina porque está demostrado según las diferentes fuentes consultadas que las mujeres en Colombia son emprendedoras y se encuentran en una búsqueda continua de progreso. Sería importante indagar los motivos por los cuales algunas de las empresas creadas por mujeres no logran tener éxito y verificar que factores impiden que estas empresas progresen y así formular una propuesta para que esta población se fortalezca y logre traer progreso y empleo para la ciudad de Palmira.

Se escogió como Plaza para la investigación la ciudad de Palmira por el motivo de ser una ciudad en la cual las microempresas ocupan una participación del 92.1% en el mercado empresarial y porque se está presentando según el anuario estadístico de la ciudad un porcentaje (%) de disminución de microempresas en los últimos años las cuales son principal fuente de empleo para los Palmiranos.

Se espera que la propuesta genere un aporte para las entidades como Cámara de Comercio con el fin de que identifiquen las necesidades de las emprendedoras con sus microempresas. Esto podrá servir de apoyo para encontrar las necesidades de capacitaciones y asesorías, también contribuye

para que la alcaldía realice una actualización en los planes de acción en materia de emprendimiento para las microempresas del sector servicios conformadas por mujeres. Y a las entidades públicas y privadas en sus redes de emprendimiento para fortalecer el emprendimiento empresarial femenino en el sector Servicios.

7. MARCO CONTEXTUAL

7.1 INFORMACIÓN GENERAL

Tabla 2. Datos generales de Palmira

Altitud:	1.001 m.s.n.m.
Temperatura:	23 Grados Centígrados.
Extensión:	1.162 Km2.
Población:	298.671 Hab. Aprox.
Distancia:	28 Km de Cali.
Año de Fundación:	1680.
Fundador:	Francisco Rengifo Salazar, en "Llano Grande" en donde se edificó una capilla en el sitio que.
Municipio Desde:	1824.
Características Geográficas:	Tiene una zona Plana al occidente del municipio y una Montañosa al Oriente.
Rio(s) Principal(es):	Cauca, Agua Clara, Amaime, Bolo, Frayle, Nima, Palmira y Toche.
Actividad Económica Principal:	Agricultura, Ganadería, Centro Comercial, Industrial y Agrícola, Comercio y Minería.
Producto(s) Principal(es):	Plátano, Caña de Azúcar, Panela, Miel, Cacao, Soya y Maíz.
Atractivo(s) Turístico(s):	Transporte en Victorias, Parque de la Caña, Balnearios, Estaderos y Discotecas.
Ferias y Fiestas:	Feria Nacional de la Agricultura, Feria Equina y Bovina.
Especialidad Culinaria:	Sancocho de Gallina, Colaciones y Caspiroletas.
Infraestructura Básica:	Dispone de todos los servicios públicos, 41 colegios, 92 escuelas bancos, hospital, seguro social, estadio, balnearios y correo.
Otras Características:	Es el 2° Municipio de más Grande en Población y el 3° en extensión.

Fuente: Fundación Progreseemos – Anuario Estadístico de Palmira 2012.

Información general sobre el municipio de Palmira Valle.¹⁹

Figura 7. Mapa de Palmira.



Fuente: Registro Mercantil – Cámara de Comercio de Palmira – A Diciembre 31 de 2009.

7.2 PALMIRA MICROEMPRESARIAL

En Palmira en el año 2006 existían en funcionamiento 7500 microempresas, 400 pequeñas, 99 medianas y solo 46 grandes empresas. Las primeras vendieron \$220 mil millones, la mediana empresa negoció \$547 mil millones en el 2006 y la gran empresa cerró negocios por \$1.5 billones de pesos.²⁰

¹⁹. ANUARIO ESTADISTICO DE PALMIRA 2012. Disponible en Internet:

<http://www.fundacionprogresamos.org.co/anuario-estadistico-2012/palmira2012/02/0201.pdf>

²⁰ REVISTA ACCION. "Las mujeres se abren paso como empresarias". En revista acción Edición 094, 2008. <http://www.ccc.org.co/archivo/revista-accion/094/b.html>. Consultado 30 Agosto 2012.

Las microempresas en el municipio de Palmira se dedican a las siguientes Actividades:

El 51% de las microempresas pertenecen al sector comercial, el 28% al sector Servicios, el 11% al sector industrial y el 10% restante se dedica a otras Actividades.²¹ Al año 2012 un total de 298.667 habitantes de los cuales 144.597 son hombres y 154.070 son mujeres.

Información población sobre el municipio de Palmira Valle.²²

Tabla 3. Proyecciones de población para Palmira por Rango de Edad 2011-2013

PALMIRA	2011			2012			2013		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Total	296.620	143.704	152.916	298.667	144.597	154.070	300.712	145.484	155.228
0-4	21.163	10.828	10.335	21.150	10.832	10.318	21.114	10.813	10.301
5-9	21.304	10.912	10.392	21.119	10.811	10.308	21.056	10.774	10.282
10-14	23.963	12.295	11.668	23.263	11.945	11.318	22.583	11.607	10.976
15-19	26.694	13.669	13.025	26.271	13.449	12.822	25.719	13.176	12.543
20-24	25.936	13.404	12.532	26.222	13.523	12.699	26.472	13.593	12.879
25-29	24.004	11.828	12.176	24.295	12.084	12.211	24.574	12.355	12.219
30-34	21.979	10.708	11.271	22.317	10.826	11.491	22.668	10.947	11.721
35-39	20.377	9.775	10.602	20.556	9.908	10.648	20.847	10.080	10.767
40-44	21.211	9.791	11.420	20.914	9.706	11.208	20.592	9.629	10.963
45-49	21.057	9.775	11.282	21.283	9.842	11.441	21.380	9.834	11.546
50-54	17.601	7.959	9.642	18.395	8.369	10.026	19.186	8.790	10.396
55-59	14.111	6.336	7.775	14.583	6.519	8.064	15.099	6.723	8.376
60-64	11.386	5.140	6.246	11.725	5.261	6.464	12.076	5.387	6.689
65-69	8.878	4.029	4.849	9.182	4.141	5.041	9.496	4.250	5.246
70-74	6.799	2.961	3.838	6.895	3.014	3.881	7.064	3.096	3.968
75-79	5.014	2.085	2.929	5.244	2.144	3.100	5.414	2.192	3.222
80 Y MAS	5.143	2.209	2.934	5.253	2.223	3.030	5.372	2.238	3.134

FUENTE: DANE censo 2005 – Página Web DANE.
Proyecciones según censo 2005.

²¹ CERVANTES MUÑOZ, María Angélica. “Factores claves de éxito en microempresas del municipio de Palmira Valle del Cauca con más de cinco años de creación”. Tesis para optar al título de magister en administración de empresas. Universidad Nacional Manizales 2011. Pág. 29. <http://www.bdigital.unal.edu.co/4638/1/7709008.2011.pdf>. consultado el 30 septiembre 2012.

²². ANUARIO ESTADISTICO DE PALMIRA 2012. Disponible en Internet:
<http://www.fundacionprogresamos.org.co/anuario-estadistico-2012/palmira2012/02/0201.pdf>

8. MARCO CONCEPTUAL

Acción Emprendedora (AE): La *acción* no pasiva que realiza el o los protagonista (s) del emprendimiento de manera inicial, intermitente, periódica y/o permanente, la cual es a su vez realizada por otros, generando las correspondientes interacciones y relaciones.²³

Actores de Emprendimiento (AcE): Los *seres vivos* que realizan y participan en dicha acción no pasiva desempeñando diferentes roles, funciones y responsabilidades en las interacciones y relaciones.²⁴

Imaginario del emprendimiento (IE): Las representaciones individuales y colectivas que predominan entre los actores y las organizaciones en sus relaciones e interacciones.²⁵

Proceso emprendedor (PE): Las *relaciones e interacciones* que hacen parte de la acción no pasiva, con factores (causales).²⁶

Organización (O): La instancia referencial en términos espacio-temporales a través de la cual se realiza la acción emprendedora por parte de los actores del Emprendimiento.²⁷

PORRAS JIMENÈZ. Jaime Augusto. "*Diseño conceptual del emprendimiento para el desarrollo regional con la perspectiva de la complejidad Autopoiesica*". Tesis para optar al título de magister en administración de empresas. Universidad Nacional Manizales 2016. Pág. 56.

<http://www.bdigital.unal.edu.co/1015/1/jaimeaugustoporrasjimenez.2006.pdf> consultado el 24 Noviembre 2012.

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

Ethos del emprendimiento (EE): Las *prácticas relacionales* que se basan en la forma de entender y estar en el mundo desde el emprendimiento.²⁸

Desarrollo regional (DR): La justificación societal del reconocimiento, realización y desenvolvimiento del emprendimiento.²⁹

Emprendimiento femenino: es hablar de las capacidades creativas de las mujeres, las cuales se desarrollan a partir de la realidad que las rodea, para crear nuevas empresas o iniciativas productivas económicas y sociales que se utilicen como medio de empoderamiento de forma individual o colectiva.³⁰

Emprendimiento: El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.³¹

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente

²⁸. Ibid.

²⁹. Ibid.

³⁰. EMPRENDIMIENTO FEMENINO: Una puerta al desarrollo. Universidad de Caldas pág. 1 http://www.uca.edu.sv/.../45a2aa_3.sobrelosemprendimientokarenduke.doc. consultado el 30 septiembre 2012.

³¹ GERENCIE.COM. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

Empresas: Una **empresa** es una organización, institución, o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.³²

Empresario: Persona natural o jurídica, titular de una unidad de producción y/o servicio, que independientemente o asociado y con voluntad propia, motivaciones individuales y capacidad de crear, desarrollar y hacer funcionar una empresa asume un riesgo en la realización de una actividad económica, comercial y/o de desarrollo de un producto o forma de hacer algo innovador para satisfacer una necesidad o deseo existente en la sociedad, a cambio de una utilidad o beneficio.³³

Pymes: Son Pequeñas y Medianas Empresas, con un número no muy grande de trabajadores, y con una facturación moderada.³⁴

Innovación: significa literalmente "novedad" o "renovación". La palabra proviene del latín *innovare*. En el uso coloquial y general, el concepto se utiliza de manera inespecífica en el sentido de nuevas ideas e inventos y su implementación económica.³⁵

Competitividad: se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor

³² GERENCIE.COM. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/empresas.html>.

³³ PROMONEGOCIOS Disponible en Internet: <http://www.promonegocios.net/empresa/definicion-empresarios.html>

³⁴ GERENCIE.COM. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/pymes.html>.

³⁵ GERENCIE.COM. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/innovacion.html>

precio fijada una cierta calidad, o sea, la optimización de la satisfacción o el precio fijados algunos factores.³⁶

Emprendedor: es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles. Específicamente en el campo de la economía, negocios o finanzas, es aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico o de otra índole. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha si es necesario.³⁷

Gerencia: Administrar una empresa sin objetivos predeterminados es tan frustrante y sin sentido como navegar un navío sin destino. Para la gerencia no hay dirección para sus esfuerzos o efectiva coordinación de los recursos, ni tampoco puede haber la necesaria dirección y efectiva coordinación hasta que no se cuente con una meta o propósito establecido. Así, un objetivo puede ser definido como *el punto final (o meta) hacia el cual la gerencia dirige sus esfuerzos*.³⁸

Sector Servicios: Se denomina sector servicios al conjunto de todas aquellas actividades que no producen bienes materiales de forma directa. Trata de servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población. Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de otros sectores. incluye todo lo relativo al comercio, turismo, sanidad, actividad civil, ocio... el sector servicios o sector terciario se compone de las áreas

³⁶ GERENCIE.COM. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/competitividad.html>.

³⁷ GERENCIE.COM. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/emprendedor.html>

³⁸ GERENCIE.COM. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/gerencia.html>

"suaves" de la economía tales como seguros, turismo, actividades bancarias, venta al por menor y educación.³⁹

Liderazgo: Es el conjunto de capacidades que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos. También se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo.⁴⁰

³⁹. CONIELEC. "Sector servicios en Colombia". <http://procesosconielec.blogspot.com/2007/10/sector-servicios-colombia.html>. Consultado en la fecha 5 febrero de 2013.

⁴⁰. GERENCIE.COM. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/liderazgo.html>

9. MARCO TEÓRICO

Existe en el hombre un deseo y un interés inquebrantable por sobresalir y progresar, esto lo ha impulsado a emprender proyectos que se han convertido en una opción de vida, en los que ha involucrado toda su capacidad creativa e innovadora.

Conocer y apropiarse esa historia tan humana, es el primer paso para entender el significado e importancia de la acción emprendedora.

Ante la actual problemática de desempleo y problemas económicos de nuestra sociedad, comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo, es decir la propia generación de trabajo. En consecuencia, el concepto de emprendimiento, si bien ha sido importante a través del tiempo, últimamente ha cobrado mayor relevancia para nuestra sociedad, ya que éste nos lleva a pensar en una forma de buscar solución a cada uno de los problemas que aquejan nuestra sociedad, esto cobra mayor relevancia para nuestra sociedad, resultando su estudio cada vez más interesante y necesario para poder subsistir, llevando una vida más cómoda.⁴¹

9.1 EMPRENDIMIENTO

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), siendo utilizada inicialmente para referirse a estos aventureros como Colón que se

⁴¹ BUENAS TAREAS. "*Iniciativa emprendedora*". Mayo 2010.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Iniciativa-Emprendedora/375076.html>. Consultado el 01 octubre 2012.

venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar. Hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor. Posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. Fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien se utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. Hoy en día se aceptan ambas como actitudes emprendedoras, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son en cierto modo diferentes.⁴²

9.2 LA CONCEPCIÓN DE SCHUMPETER DE EMPRENDIMIENTO

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. Él observó que:

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares

⁴² PERISCOPIO. “*Que es emprendimiento*”. <http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES-EMPRENDIMIENTO.html#.UH8zuG9mltw>. Consultado el 01 Octubre 2012.

y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora.

Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan”.

La escuela de Schumpeter reseñaba que la competencia en la economía capitalista era un proceso dinámico. La naturaleza de este sistema económico no permitiría un equilibrio estático ya que sería interrumpido por los esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas posiciones monopólicas a través de la introducción de innovaciones. El incentivo para esta actividad serían las ganancias o rentas monopólicas que los emprendedores recibieran. A su vez, estas ganancias permitirían continuar la creación de otras innovaciones ya que las anteriores serían imitadas y difundidas rápidamente.

Esta concepción de puntos de partidas y direcciones de desarrollo cambiantes, o los cambios de sus agentes y localidades, es fundamentalmente incompatible con la concepción neoclásica del desarrollo como un proceso de progresión armonioso en constante evolución.

Debido a la incertidumbre inherente al proceso de desarrollo, también era claro para Schumpeter que, además de las capacidades técnicas y experiencia, el ejercicio de la intuición y estrategia era de particular importancia.

Su concepción de estrategia como un elemento de acción, búsqueda, respuesta y estrategia en el proceso competitivo, está a menudo ausente de muchos tratamientos de desarrollo estratégico corporativo o económico, los

cuales, bajo la influencia de la teoría económica neoclásica ortodoxa, han tenido más bien hacia los esfuerzos económicos orientados a la maximización de la utilidad.⁴³

9.3 LA CONCEPCIÓN DE LA ESCUELA AUSTRÍACA DE EMPRENDIMIENTO

Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwig von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento al proceso de desarrollo capitalista, diferían en su concepción de la naturaleza de la persona y la actividad, en el impacto de estos en el proceso y en la visión futura del capitalismo.

En contraste con Schumpeter, Mises, consideró que el factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones, y no limitado a las acciones de un tipo particular de personas. Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas. Debido a estas acciones, la emprendedora ayuda a nivelar la demanda y la oferta y, si ha especulado correctamente, genera una ganancia para sí. De lo contrario, asume las pérdidas por su decisión incorrecta. Mediante este conjunto de acciones, se satisfacen las necesidades de la sociedad. El conocimiento generado por esta situación aumenta con el tiempo, por lo que la incertidumbre se reduce progresivamente. Para Kirzner, el emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. Más aún, el emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado. El aspecto de

⁴³ PERISCOPIO. “*Que es emprendimiento*”. <http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES-EMPRENDIMIENTO.html#.UH8zuG9mltw>. Consultado el 01 Octubre 2012.

conocimiento que es crucialmente relevante para el emprendimiento no está enfocado al conocimiento substantivo o datos de mercado sino más bien al sentido de alerta, de “conocimiento” de donde ubicar los datos de mercado. Kirzner enfatizó el hecho y la importancia de la competencia, no como una situación sino como un proceso. Desde su punto de vista, el proceso del mercado es inherentemente competitivo. La alternancia sistemática en las decisiones entre un período y el anterior, ofrecen un substrato para mejorar la competitividad en base al mayor conocimiento del proceso y la posibilidad de comparar con la oportunidad anterior contra la que se compite.

Según los austríacos, el énfasis de Schumpeter en que el emprendedor está empujando la economía en el sentido contrario al equilibrio, ayuda a promover la percepción errónea de que el emprendimiento es de alguna manera innecesario para entender la manera en el mercado tiende a la posición de equilibrio.⁴⁴

9.4 LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN HOWARD STEVENSON

En la década de los '80, Howard Stevenson, de la Universidad de Harvard interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. Este análisis ha servido para apoyar el emprendimiento tanto a empresarios como a empleados de compañías de todo tipo.⁴⁵

9.4.1 La oportunidad La oportunidad se refiere a la identificación de una necesidad latente en la población y una idea capaz de satisfacerla. Venezuela,

⁴⁴ PERISCOPIO. “*Que es emprendimiento*”. <http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES-EMPREDIMIENTO.html#.UH8zuG9mltw>. Consultado el 01 Octubre 2012.

⁴⁵ CASTILLO H. Alicia. “*Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*” .pág. 15. http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado_arte_emprendimiento.pdf. Consultado en la fecha 03 Octubre 2012.

uno de los países más emprendedores del mundo, cuenta con diversos ejemplos sobre la identificación de interesantes oportunidades empresariales.

9.4.2 Los recursos El modelo de Timmons tiene tres componentes fundamentales: La oportunidad, los recursos y el equipo emprendedor.. Considera que los pilares básicos del emprendimiento se entrelazan entre si y necesariamente contemplan el efecto de las personas que sustentan la empresa. Así las ideas se filtran o se transforman en oportunidades, los recursos que se necesitan se determinan y se evalúan en base a las múltiples alternativas.

El modelo Timmons se basa en capacidades adquiribles y no en la selección a priori de personas con la antiguamente llamada capacidad emprendedora. Timmons ha defendido en múltiples oportunidades que los emprendedores no nacen, sino que se forman, y que independientemente de la formación del individuo, en cualquier etapa de su vida puede adquirir la motivación para ser emprendedor Según Timmons “el espíritu emprendedor es una forma de pensar, razonar y actuar, enmarcada en la obsesión por la oportunidad, con un enfoque integral y holístico, con un liderazgo muy bien balanceado.

El espíritu empresarial ocurre y deja de ocurrir en todas las empresas independientemente su tipo, (grandes, pequeñas, privadas o públicas).

Los líderes empresariales inyectan imaginación, compromiso, pasión, tenacidad, integridad, trabajo de equipo y visión

Para que la creatividad y la innovación prosperen, el proceso debe tener rigor y disciplina.

9.4.3 El equipo emprendedor La importancia del equipo radica en el hecho de que el proceso de transformar una idea en realidad depende del empuje y la pasión que le imprima su impulsor para aprovechar la oportunidad y encontrar los recursos necesarios, acompañado de otros talentos que lo ayuden a realizar las tareas que él no puede cubrir. Por ejemplo, todo emprendedor debe asegurar que la contabilidad y las finanzas se manejen adecuadamente, y que las operaciones del negocio funcionen de tal manera que los clientes se sientan satisfechos. Para lograrlo, es preciso buscar ayuda, pues la tarea de crear, llevar adelante y hacer crecer una empresa no puede recaer sobre una sola persona.⁴⁶

Son muchas las experiencias gratas y no gratas que los emprendedores han tenido en la conformación de su equipo para impulsar la idea de negocio. En general, el éxito ha acompañado a quienes con pasión y empuje logran reunir conocimientos y habilidades diferentes que se complementan entre sí para el manejo eficiente de las difíciles primeras etapas de una empresa.⁴⁷

Se basa en que la enseñanza del emprendimiento no está ligada al número de empresas creadas, o a las pequeña y mediana Empresa, sino que está ligada a La facultad de crecer y de crear riqueza, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (escuela de Schumpeter) o de equilibrio (escuela Austríaca).⁴⁸

Joseph Schumpeter, economista austriaco (1911), dijo que emprendimiento es una destrucción **creativa**. El dinámico desequilibrio provocado por el

⁴⁶ EMPRENDE. "Tres claves para emprender (Modelo Timmons)" http://www.emprende.edu.ve/noticias/25-tres-claves-para-emprender?complete_site=0. Consultado el 10 de febrero de 2013.

⁴⁷ EMPRENDE. "Tres claves para emprender (Modelo Timmons)" http://www.emprende.edu.ve/noticias/25-tres-claves-para-emprender?complete_site=0. Consultado el 10 de febrero de 2013.

⁴⁸ PERISCOPIO. "Que es emprendimiento". <http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES-EMPREDIMIENTO.html#.UH8zuG9mltw>. Consultado el 01 Octubre 2012.

empresario innovador en vez de equilibrio y optimización, es la norma de una economía saludable y la realidad central de la teoría y práctica económica.⁴⁹

La orientación al crecimiento (teoría de Drucker y Stevenson).

Peter Drucker dijo que el emprendedor busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad. La innovación es una herramienta específica para el emprendedor ya que ellos explotan el cambio como una **oportunidad** para diferentes negocios o diferentes servicios.⁵⁰

Finalmente, Howard Stevenson de Harvard Business School dijo que el emprendimiento es la búsqueda de la **oportunidad** sin tomar en cuenta los recursos que estén actualmente bajo el control de uno mismo.⁵¹

El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos (Modelo Timmons)⁵²

Las empresas formadas con las aplicaciones de estas concepciones teóricas tendrán muchas más posibilidades de tener éxito y de fortalecer el desarrollo del entorno donde se inserten.

De lo anterior se desprende que crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor. La obsesión por la oportunidad, la meta de crear y

⁴⁹ GUIA DE PLANIFICACIÓN FINANCIERA."Definición de emprendedor: identificando puntos en común en diferentes definiciones. <http://www.financialplanninginfoguide.com/definicion-de-emprendedor.html>. consultado en la fecha 03 Octubre 2012.

⁵⁰ Ibíd.

⁵¹ Ibíd.

⁵² CASTILLO H. Alicia. "Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento" .pág. 15. http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado_arte_emprendimiento.pdf. Consultado en la fecha 03 Octubre 2012.

distribuir riqueza, y la constante búsqueda del crecimiento son las bases del emprendimiento.

En vista de las múltiples variaciones en tipos de emprendedores, Stevenson propuso un sistema multimodal, con 5 dimensiones críticas de la gestión: orientación estratégica, compromiso con la oportunidad, proceso de comprometer recursos, concepto de control de los recursos y estructura gerencial. Concentrándose en el emprendimiento como un fenómeno del comportamiento, este profesor buscó relacionar aquellas actitudes emprendedoras en un estudio comparativo entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos, logrando identificar ciertas diferencias que permitieron continuar con la búsqueda de un sistema que explicara el fenómeno de emprendimiento.⁵³

9.5 OBJETIVOS DEL MILENIO

Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer.

En los objetivos de desarrollo del Milenio informe de 2011 se tiene como el objetivo número tres (3) Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer la meta es “Eliminar la desigualdad entre los sexos en la enseñanza primaria y secundaria preferiblemente para el año 2015”.

Las mujeres no han visto aún los frutos de la recuperación económica de 2010: La crisis económica y financiera global de los años 2008 y 2009 tuvo un efecto adverso sobre los mercados laborales de todo el mundo y frenó el avance en la consecución de muchos de los ODM.

⁵³ PERISCOPIO. “*Que es emprendimiento*”. <http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES-EMPREDIMIENTO.html#.UH8zuG9mltw>. Consultado el 01 Octubre 2012.

El empleo decayó, el desempleo aumentó y millones de personas quedaron apartadas de la fuerza laboral, desalentadas además para seguir buscando trabajo. Los salarios también se vieron afectados.

En 2009, casi al comienzo de la crisis, las tasas de desempleo aumentaban más rápidamente entre los hombres que entre las mujeres. La economía mundial comenzó a recuperarse en 2010, y el desempleo empezó a disminuir para ambos sexos, aunque lo hizo más rápidamente para los hombres que para las mujeres. Esta tendencia, combinada con el hecho de que las tasas de desempleo de las mujeres ya superaban a las de los hombres, sugiere que en muchas regiones la brecha entre mujeres y hombres tardará en cerrarse.

De manera similar, después de las pronunciadas pérdidas de puestos de trabajo de 2008-2009, el crecimiento del empleo experimentado durante la recuperación de 2010, en especial en las regiones en desarrollo, ha sido menor para las mujeres que para los hombres. Las mujeres empleadas en industrias manufactureras se vieron especialmente afectadas.

En América, las mujeres costarricenses continúan teniendo una buena cuota de representatividad parlamentaria, con un 38,6% del total de la cámara baja. En los Estados Unidos, en las elecciones de mitad de período se postuló una cantidad récord de mujeres para ambas cámaras, aunque eso no produjo resultados significativos.

Recientemente ha habido claros avances en África subsahariana: Etiopía, Madagascar y la República Unida de Tanzania registraron mejoras en 2010. Burundi consolidó la representación femenina en su cámara baja, pasando del 30,5% al 32,1% en 2005; asimismo, hubo un aumento considerable en la

cámara alta (del 34,7% al 46,3%), aunque debido en gran parte a un sistema de cupos. La representación de las mujeres en Santo Tomé y Príncipe, sin ayuda de cupos, aumentó del 7,3% en 2006 al 18,2% en 2010.⁵⁴

A pesar de haber sido un año con elecciones de gran relieve, en Asia meridional y Asia sudoriental no se produjeron mejoras representativas. Las mujeres mantuvieron una fuerte representación en Afganistán en las elecciones de 2010, pero el resultado real fue el mínimo incremento de una mujer parlamentaria más.

Asia sudoriental vio una pequeña caída en el número de mujeres parlamentarias, de 19,3% a 17,6% entre 2010 y 2011. En Filipinas, las mujeres perdieron terreno en la cámara alta. En Oceanía, el porcentaje de mujeres parlamentarias cayó a apenas un 2% en 2011. Los sistemas de cupos y las medidas tomadas por los partidos políticos siguen siendo claves para lograr mejoras representativas. Los cupos determinados por ley o establecidos por los propios partidos políticos se han puesto en práctica para el 67% de las 43 cámaras bajas que cuentan con un 30% o más de integrantes mujeres.

En cuanto a puestos de liderazgo, por primera vez dos parlamentos eligieron mujeres para presidirlos: el de Mozambique y el de la República Unida de Tanzania. En todo el mundo, las mujeres ocupan actualmente solo el 13,4% de las presidencias parlamentarias. En enero de 2011, solo 10 países tenían a mujeres como jefas de Estado, y en 13 países había mujeres como jefas de gobierno.

⁵⁴ NACIONES UNIDAS. “*Objetivos del milenio*”. [http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/11-31342\(S\)MDG_Report_2011_Book_LR.pdf](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/11-31342(S)MDG_Report_2011_Book_LR.pdf). Consultado el 31 Octubre 2012.

Los cupos no son el único factor que afecta al nivel de participación política de las mujeres. Los sistemas electorales y la atención que prestan los programas electorales a asuntos relacionados con el género son elementos igualmente cruciales.

En 2010 muchas candidatas para puestos políticos carecieron de cobertura suficiente de los medios de comunicación y de oportunidades para aparecer en público. Para superar el desequilibrio de género en los parlamentos de todo el mundo es esencial contar con candidatas preparadas y apropiadamente financiadas, así como con la voluntad política necesaria en los niveles más altos de los partidos políticos y de los gobiernos.⁵⁵

⁵⁵ NACIONES UNIDAS. “*Objetivos del milenio*”. [http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/11-31342\(S\)MDG_Report_2011_Book_LR.pdf](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/11-31342(S)MDG_Report_2011_Book_LR.pdf). Consultado el 31 Octubre 2012.

10. MARCO JURIDICO

10.1 LEY DE CULTURA Y EMPRENDIMIENTO

Ley 1014 de Emprendimiento

Desde Enero de 2006 el presidente de la república Doctor Álvaro Uribe Vélez y un grupo de sus colaboradores, se dieron a la tarea de formalizar uno de los más importantes proyectos de proyección, visualización y funcionamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas para el sostenimiento rentable de la economía menos favorecida del país y la explotación en buen sentido de la palabra de las ideas que cada Colombiano día a día refleja para su sostenimiento real.

De una manera organizada y muy bien fundamentada, se dictó la ley 1014 de 2006 conocida con el nombre de “Fomento a la cultura del emprendimiento”, la cual se estructura dentro de unas bases sólidas gubernamentales y de los entes de control a nivel central, departamental, regional y en última instancia local.

Su marco de creación comprende una serie de ideas creativas y competentes que incentivan de manera directa y segura la creación de microempresas con igualdad y oportunidad.

Fundamental resulta que desde los entes educativos se inculque la idea base que germinará en la explosión organizada y bien fundamentada de todo un proyecto ambicioso en beneficio de cada Colombiano que reciba la suficiente capacitación, tenga el empeño sólido de su idea empresarial y amparado en la protección estatal de esta ley saque a flote su mejor capacidad en beneficio del país, de sí mismo y de la economía rentable de la nación.

Todo se vale, se apoya y se sostiene; el origen de estas nuevas instituciones emprendedoras debe venir apoyado principalmente en aspectos y valores del desarrollo humano con autoestima, autonomía, trabajo en equipo, solidaridad, asociación, etc., que darán en un final resultado en empresas exitosas firmes y sostenibles a mediano y largo plazo.

No se tiene muy claro es la forma como se va a conseguir la financiación por parte del estado y menos la forma como se van a direccionar dichos recursos, el estado en su ley aporta algunas ideas, pero estas se quedan en el tintero, o mejor, en la misma idea ya trillada, de solicitar el de siempre crédito de libre inversión conocido en el diario tráfico bancario nacional. Incluso, los llamados “inversionistas ángeles” o el “fondo de capital semilla” tendrán en su más ligera impresión que esos dineros a invertir no tendrán una solidez de respaldo seria por parte del estado.

La red que se crea para regular y controlar la ejecución de esta ley está conformada por ministerios, departamentos ya conocidos, entidades de renombre nacional, personalidades, asociaciones, federaciones representantes, gobernaciones, alcaldías, etc., que, siendo realistas, no tendrán el mínimo empeño porque la misma cumpla con su real y necesario propósito.

Lo peligroso del caso es que de tanto colaborador y de tanto politiquero de turno, la ley se convierta en un colchón de crecimiento desmedido y lucrativo en empresas fachada de corta vida o desangre de los recursos destinados para este noble fin.

Finalmente es importante explicar y apreciar que la creación de una de estas empresas bajo los parámetros exigidos por la misma ley será efímera para la gran mayoría de los colombianos, triste pero real.

A mi parecer, tiene cara de ser creada para el sostenimiento de las empresas politiqueras de siempre, solo que con un factor importante, las mismas serán avaladas, financiadas y protegidas por el mismo estado con un poder superior... una ley.⁵⁶

• **Constitución política de Colombia**

10.2 LEY 344 DE 1996

Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.⁵⁷

10.3 LEY 789 DE 2002

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

⁵⁶ MINISTERIO DEL COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. “*Ley 1014 de fomento a la cultura del emprendimiento*”. *BuenasTareas*. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ley-1014-De-De-Fomento-a/128527.html>. Consultado en la fecha 01 Octubre 2012.

⁵⁷ CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA. “*Normativa en la guía del emprendimiento, economía colombiana*”. <http://www.encolombia.com/economia/economiacolombiana/Guiadeemprendimiento/Normativa.htm>. Consultado en la fecha 01 Octubre 2012.

10.3.1 Decreto 934 de 2003 Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.⁵⁸

10.4 LEY 905 DE 2004

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.⁵⁹

10.5 LEY 1014 DE 2006

Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA

10.5.1 Sentencia c-392 de 2007 La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

10.5.2 Sentencia c-448 del 3 de mayo de 2005 Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran el artículo 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las mipyme.⁶⁰

10.6 LEY 1009 DE 2006

Por medio de la cual se crea con carácter permanente el Observatorio de asuntos de Género.

ARTÍCULO 1o. OBSERVATORIO DE ASUNTOS DE GÉNERO, OAG. Créase con carácter permanente el Observatorio de Asuntos de Género, OAG, el cual estará a cargo del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República a través de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer o de la entidad rectora de la política pública para el adelanto de la mujer y la equidad de género.

El OAG tiene por objeto identificar y seleccionar un sistema de indicadores de género, categorías de análisis y mecanismos de seguimiento para hacer reflexiones críticas sobre las políticas, los planes, los programas, las normas, la jurisprudencia para el mejoramiento de la situación de las mujeres y de la equidad de género en Colombia.

⁶⁰ CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA. “*Normativa en la guía del emprendimiento, economía colombiana*”. <http://www.encolombia.com/economia/Economiacolombiana/Guiadeemprendimiento/Normativa.htm> consultado en la fecha 01 Octubre 2012

10.7 LEY 823 DE 2003

Capítulo I

De los principios y fundamentos de la ley

Artículo 1º. La presente ley tiene por objeto establecer el marco institucional y orientar las políticas y acciones por parte del Gobierno para garantizar la equidad y la igualdad de oportunidades de las mujeres, en los ámbitos público y privado.

Artículo 2º. La presente ley se fundamenta en el reconocimiento constitucional de la igualdad jurídica, real y efectiva de derechos y oportunidades de mujeres y hombres, en el respeto de la dignidad humana y en los principios consagrados en los acuerdos internacionales sobre esta materia. La igualdad de oportunidades para las mujeres, y especialmente para las niñas, es parte inalienable, imprescriptible e indivisible de los derechos humanos y libertades fundamentales.

Artículo 3º. Para el cumplimiento del objeto previsto en el artículo 1º de la presente ley, las acciones del gobierno orientadas a ejecutar el plan de igualdad de oportunidades deberán:

- a) Promover y garantizar a las mujeres el ejercicio pleno de sus derechos políticos, civiles, económicos sociales y culturales y el desarrollo de su personalidad, aptitudes y capacidades, que les permitan participar activamente en todos los campos de la vida nacional y el progreso de la Nación;
- b) Eliminar los obstáculos que impiden a las mujeres el pleno ejercicio de sus derechos ciudadanos y el acceso a los bienes que sustentan el desarrollo democrático y pluricultural de la Nación;

c) Incorporar las políticas y acciones de equidad de género e igualdad de oportunidades de las mujeres en todas las instancias y acciones del Estado, a nivel nacional y territorial.

11. METODOLOGÍA

El método utilizado en la investigación fue el de observación y el inductivo que nos permitieron percibir deliberadamente ciertos rasgos existentes en el objeto de conocimiento y logramos llegar a conclusiones y premisas generales que se pueden aplicar a situaciones y/o investigaciones similares.

11.1 INSTRUMENTOS

los instrumentos aplicados en la investigación fueron las encuestas, que ayudaron a direccionar y a recopilar las respuestas de los objetivos planteados.

12. TIPO DE ESTUDIO

El tipo de Estudio identificado en el proyecto es INVESTIGACIÓN APLICADA: ya que vamos a utilizar los conocimientos adquiridos durante la carrera con el fin de realizar una propuesta para fortalecer el emprendimiento empresarial femenino en Palmira en el sector servicios para el año 2013.

Investigación Aplicada: Para Murillo (2008), la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad.⁶¹

⁶¹ VARGAS CORDERO, Zoila Rosa. “La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. Vol.33. num.1. universidad de costa rica 2009. Pag.6.
<http://www.redalyc.org/redalyc/pdf/440/44015082010.pdf>. consultado en la fecha 10 Octubre 2012.

13. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de este proyecto estará conformada por las mujeres microempresarias emprendedoras en el sector servicios en la ciudad de Palmira, que hayan renovado su matrícula mercantil en la cámara de comercio de la misma ciudad. Con un total de 50 microempresas.

Como método de muestreo se aplicara el probabilístico, es decir todos los elementos tendrán la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra, Muestreo aleatorio simple porque la muestra de tamaño n se selecciona de una población de tamaño N de tal manera que cada muestra posible de tamaño n tiene la misma probabilidad de ser seleccionada.

Para definir el tamaño de la muestra la cámara de comercio de la ciudad de Palmira suministra la información.

Con la información suministrada por la cámara de comercio se determinó que la Población son 50 microempresas del sector servicios creadas por mujeres.

Se define la muestra siendo con una población de 50 microempresas, un nivel de confianza del 95% y un nivel de error del 0.055 la muestra sería 43.

Se establece que el número de entrevistas a realizar son 43.

14. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se utilizarán como fuentes primarias: Las encuestas personalizadas, en la cual se podrá identificar la percepción y motivación de las emprendedoras para seguir adelante con sus microempresas y a su vez se podrán recolectar los datos sobre los factores que impiden el emprendimiento femenino y así crear una propuesta de fortalecimiento.

Como fuentes secundarias: Se consultará las bases de datos empresariales de la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, anuario estadístico de Palmira

15. METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA

Se desarrollaron 43 entrevistas personales a las microempresarias del sector servicios de la ciudad de Palmira, se realizó una prueba piloto de validación de la encuestas a 5 de las microempresarias en la cual se confirmó que las preguntas nos permitían evaluar las variables para realizar el análisis del tema.

La validación de la encuesta se le realizó a las siguientes microempresas:

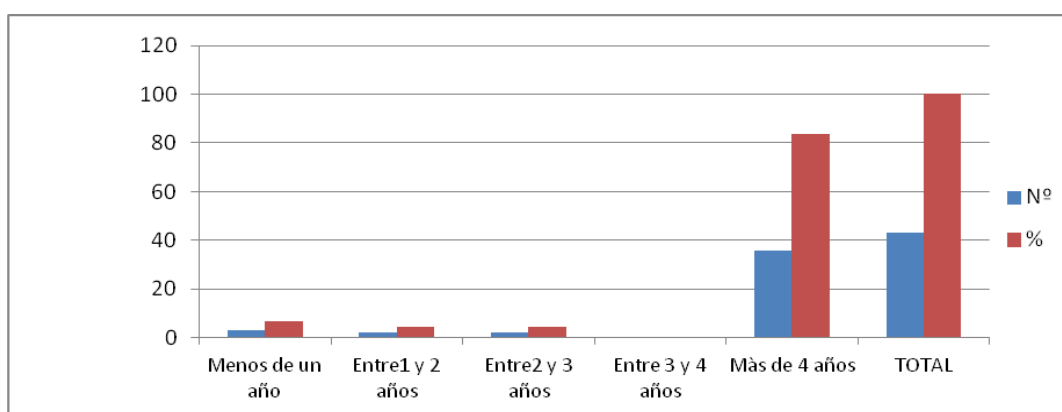
- Hotel Emperador
- Restaurante Ricuras
- Parqueadero El Sitio
- Laboratorio Clínico Dra. Genny Parra
- Frutería el Maná
- Arepas Express

15.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se pasó a realizar el análisis de los resultados de las 43 entrevistas realizadas a las microempresarias del sector servicios de la ciudad de Palmira y se obtuvo como resultado:

Figura 8. Pregunta 1 de la encuesta.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado su empresa?



Fuente: Autoras

Tabla 4. Tabulación pregunta 1 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
Menos de un año	3	6,97674419
Entre 1 y 2 años	2	4,65116279
Entre 2 y 3 años	2	4,65116279
Entre 3 y 4 años	0	0
Más de 4 años	36	83,7209302
TOTAL	43	100

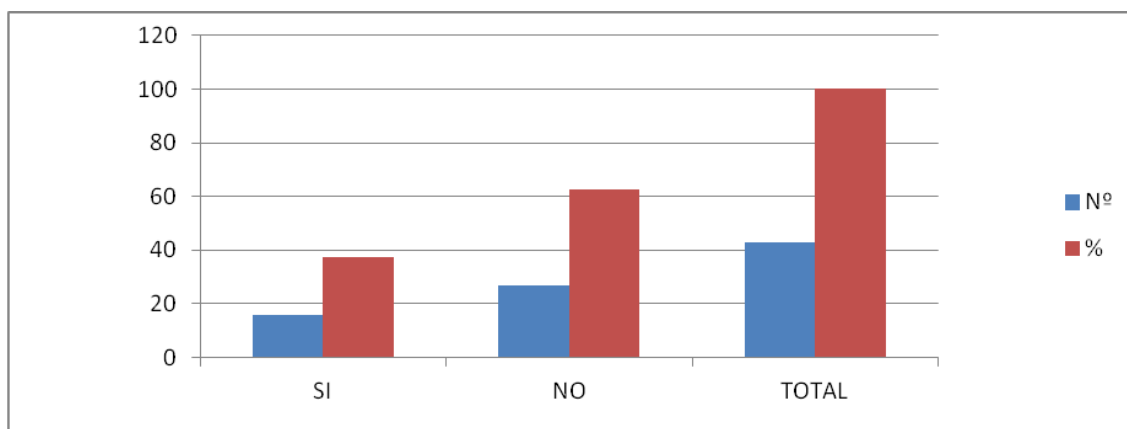
Fuente: Autoras

Respecto a la pregunta Número (1) uno ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado su empresa? Se encontró que el 83.72% de las microempresas del sector servicios llevan más de 4 años en el mercado, se indago con las propietarias de dichas empresas y se encontró como resultado que estas microempresas son tradicionales de Palmira y son creadas por mujeres su permanencia en el mercado se encuentra en un Rango entre 5 y 50 años, el 6.97% de las microempresas del sector servicios de Palmira llevan en el mercado Menos de un Año, su permanencia en el mercado se encuentra entre 5 y 7 meses, con un 4.65%, respectivamente se encuentran dos rangos que son entre entre1 y 2 años y entre 2 y 3 años.

Con estos resultados se puede notar que el emprendimiento empresarial femenino en el sector servicios de la ciudad de Palmira es escaso, ya que la mayoría de estas empresas fueron creadas hace muchos años y no se nota una confianza suficiente para la inclusión de nuevas emprendedoras.

Figura 9. Pregunta 2 de la encuesta.

2. ¿Usted cree que en la ciudad de Palmira se incentiva el emprendimiento empresarial femenino?



Fuente: Autoras

Tabla 5. Tabulación pregunta 1 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
SI	16	37,209
NO	27	62,791
TOTAL	43	100

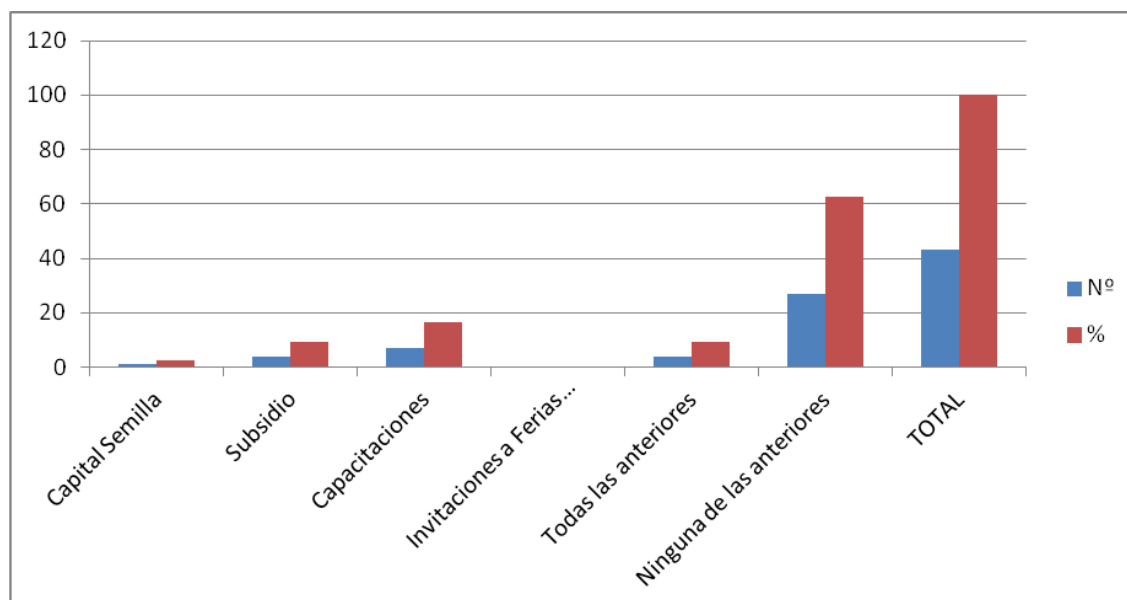
Fuente: Autoras

Respecto a la pregunta Número (2) dos ¿Usted cree que en la ciudad de Palmira se incentiva el emprendimiento empresarial femenino?, Se encontró que el 62.79% de las microempresarias del sector servicios no creen que se incentiva el emprendimiento empresarial femenino en la ciudad de Palmira, el 37.20% de las microempresarias del sector servicios de la ciudad de Palmira respondieron que si creen que en Palmira se incentiva el emprendimiento empresarial femenino.

Analizando los resultados se puede notar que la mayoría de las empresarias del sector servicio de la ciudad de Palmira sienten que no hay un apoyo suficiente para crear una microempresa en la ciudad, esta puede ser una de las razones para que el emprendimiento empresarial femenino no esté en un continuo crecimiento.

Figura 10. Pregunta 3 de la encuesta

3. ¿De qué forma cree usted que se incentiva el emprendimiento empresarial femenino?



Fuente: Autoras

Tabla 6. Tabulación pregunta 3 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
Capital Semilla	1	2,3256
Subsidio	4	9,3023
Capacitaciones	7	16,279
Invitaciones a Ferias empresariales	0	0
Todas las anteriores	4	9,3023
Ninguna de las anteriores	27	62,791
TOTAL	43	100

Fuente: Autoras

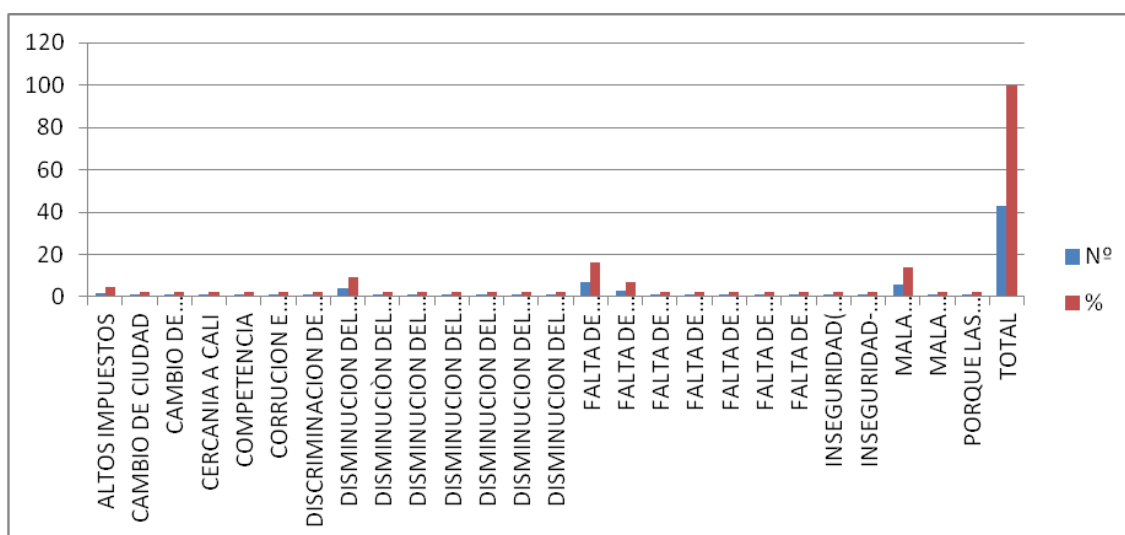
Respecto a la pregunta Número (3) tres ¿De qué forma cree usted que se incentiva el emprendimiento empresarial femenino?, Se encontró que del 62.79% de las microempresarias del sector servicios que respondieron a la pregunta anterior que no creen que se incentiva el emprendimiento empresarial femenino en la ciudad de Palmira, reafirman esta respuesta con un porcentaje

del 62.79%, que corresponde a la respuesta ninguna de las anteriores, del 37.20% de las microempresarias del sector servicios de la ciudad de Palmira respondieron que si creen que en Palmira se incentiva el emprendimiento empresarial femenino, en la respuesta anterior, el 16.27% manifestaron que por medio de capacitaciones, el 9,30%, que todas las opciones y subsidios respectivamente y el 2.32% por medio de capital semilla.

Por medio de estas respuestas podemos identificar que la personas que dicen que si se incentiva el impedimento, tienen las opiniones dividas acerca de que fuentes o por medio de que se fomenta el emprendimiento, pero las mayoría manifiesta que por medio de capacitaciones.

Figura 11. Pregunta 4 de la encuesta

4. ¿Por qué motivo cree usted que se ha disminuido el porcentaje de microempresas en la ciudad de Palmira en los últimos años?



Fuente: Autoras

Tabla 7. Tabulación pregunta 4 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
Altos impuestos	2	4,6512
Cambio de ciudad	1	2,3256
Cambio de régimen simplificado a régimen común	1	2,3256
Cercanía a Cali	1	2,3256
Competencia	1	2,3256
Corrupción e impuestos	1	2,3256
Discriminación de género	1	2,381
Disminución del porcentaje del mercado	4	9,3023
Disminución del porcentaje del mercado y mala administración	1	2,3256
Disminución del porcentaje del mercado - falta de información y direccionamiento estatal	1	2,3256
Disminución del porcentaje del mercado - falta de información y direccionamiento estatal - falta de oportunidades	1	2,3256
Disminución del porcentaje del mercado - falta de oportunidades	1	2,3256
Disminución del porcentaje del mercado-falta de oportunidades - altos impuestos	1	2,3256
Disminución del porcentaje en el mercado	1	2,3256

Falta de Información y Direccionamiento Estatal	7	16,279
Falta de Oportunidades	3	6,9767
Falta de oportunidades – inseguridad - extorsión	1	2,3256
Falta de oportunidades y direccionamiento estatal	1	2,3256
Falta de oportunidades – falta de información y direccionamiento estatal	1	2,3256
Falta de oportunidades – inseguridad	1	2,3256
Falta de oportunidades – mala administración	1	2,3256
Inseguridad (robos – extorsiones – vacunas)	1	2,3256
Inseguridad – informalidad – tramitología – sobrecostos	1	2,3256
Mala administración	6	13,953
Mala administración - impuestos y tramitología	1	2,3256
Porque las grandes empresas asumen el mercado – competitividad	1	2,3256
Total	43	100,06

Fuente: Autoras

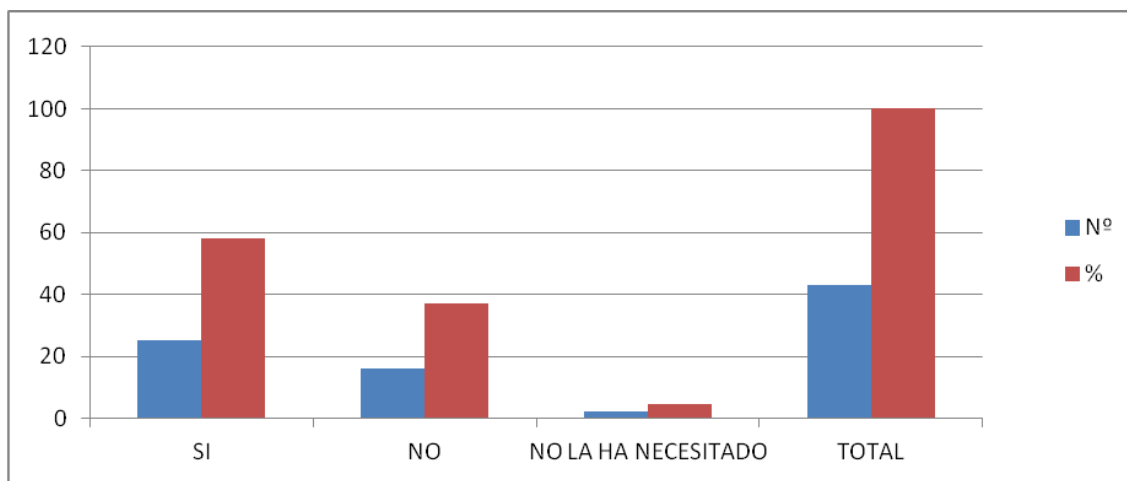
Respecto a la pregunta Número (4) cuatro ¿Por qué motivo cree usted que se ha disminuido el porcentaje de microempresas en la ciudad de Palmira en los últimos años?, el 16,27% manifiesta que por falta de información y direccionamiento estatal, el 13,95% por mala administración, el 9,30% por disminución del porcentaje de mercado, el 6,97% por falta de oportunidades, el 4,65% por los altos impuestos, el 2,32% por cambio de ciudad, el 2,32% por cambio de régimen simplificado a régimen común, el 2,32% por cercanía a Cali, el 2,32% por competencia, el 2,32% por corrupción e impuestos, el 2,32% por discriminación de género, el 2,32% por disminución del porcentaje del mercado y mala administración, el 2,32% por disminución del porcentaje del mercado-falta de información y direccionamiento estatal, el 2,32% por disminución del porcentaje del mercado-falta de información y direccionamiento estatal-falta de oportunidades, el 2,32% por disminución del porcentaje del mercado-falta de oportunidades, el 2,32% por disminución del porcentaje del mercado-falta de oportunidades -altos impuestos, el 2,32% por disminución del porcentaje en el mercado, el 2,32% por falta de oportunidades- inseguridad-extorsión, el 2,32% por falta de oportunidades y direccionamiento estatal, el 2,32% por falta de oportunidades-falta de información y direccionamiento estatal, el 2,32% por

falta de oportunidades-inseguridad, el 2,32% por falta de oportunidades-mala administración, el 2,32% por inseguridad(robos-extorsiones-vacunas), el 2,32% por inseguridad-informalidad-tramitología-sobrecostos, el 2,32% por mala administración-impuestos y tramitología, el 2,32% porque las grandes empresas asumen el mercado-competitividad.

Las apreciaciones dentro de esta pregunta se encuentran bastantes divididas, pero se notan algunos porcentajes más predominantes, que se ven reflejados en respuestas como; el 16,27% manifiesta que por falta de información y direccionamiento estatal, el 13,95% por mala administración, lo que nos lleva a pensar que la mayoría de microempresarias siente una falta de acompañamiento por el estado para sus proyectos de emprendimiento.

Figura 12. Pregunta 5 de la encuesta

5. ¿Cuándo ha necesitado asesoría empresarial ha obtenido respuesta de alguna entidad?



Fuente: Autoras

Tabla 8. Tabulación pregunta 5 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
SI	25	58,14

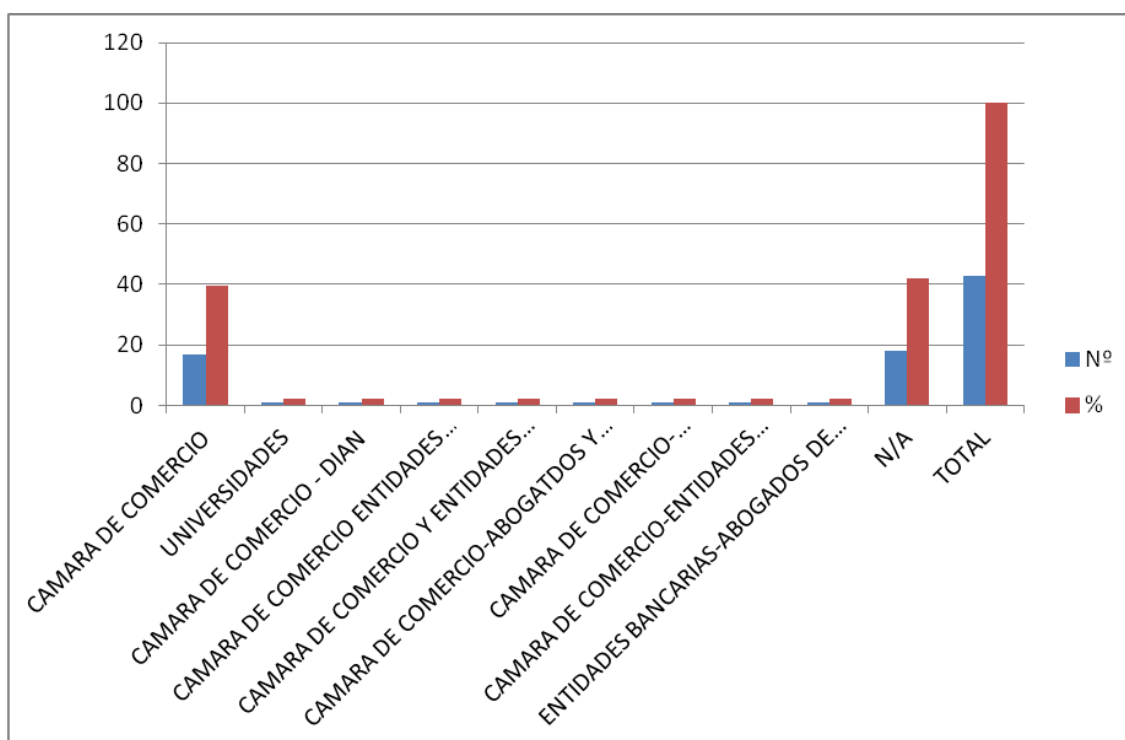
NO	16	37,209
NO LA HA NECESITADO	2	4,6512
TOTAL	43	100

Fuente: Autoras

Respecto a la pregunta Número (5) cinco ¿Cuándo ha necesitado asesoría empresarial ha obtenido respuesta de alguna entidad?, Se encontró que el 58,14% de las microempresarias del sector servicios si han obtenido respuesta de alguna entidad, cuando la han solicitado, el 37,20% no han obtenido respuesta de alguna entidad, cuando la han solicitado, y el 4,65% manifiesta no haber necesitado asesoría.

Figura 13. Pregunta 6 de la encuesta

6. ¿Qué empresas o entidades le han prestado el servicio de asesoría empresarial que usted ha necesitado?



Fuente: Autoras

Tabla 9. Tabulación pregunta 6 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
Cámara de Comercio	17	39,535
Universidades	1	2,3256
Cámara de Comercio – DIAN	1	2,3256
Cámara de Comercio - Entidades Bancarias	2	4,6512
Cámara de Comercio - Abogados y Contadores Independientes	1	2,3256
Cámara de Comercio - Agremiaciones Empresariales Coomeva	1	2,3256
Cámara de Comercio - Entidades Bancarias - Universidades	1	2,3256
Entidades Bancarias - Abogados de Empresas Privadas	1	2,3256
N/A	18	41,86
Total	43	100

Fuente: Autoras

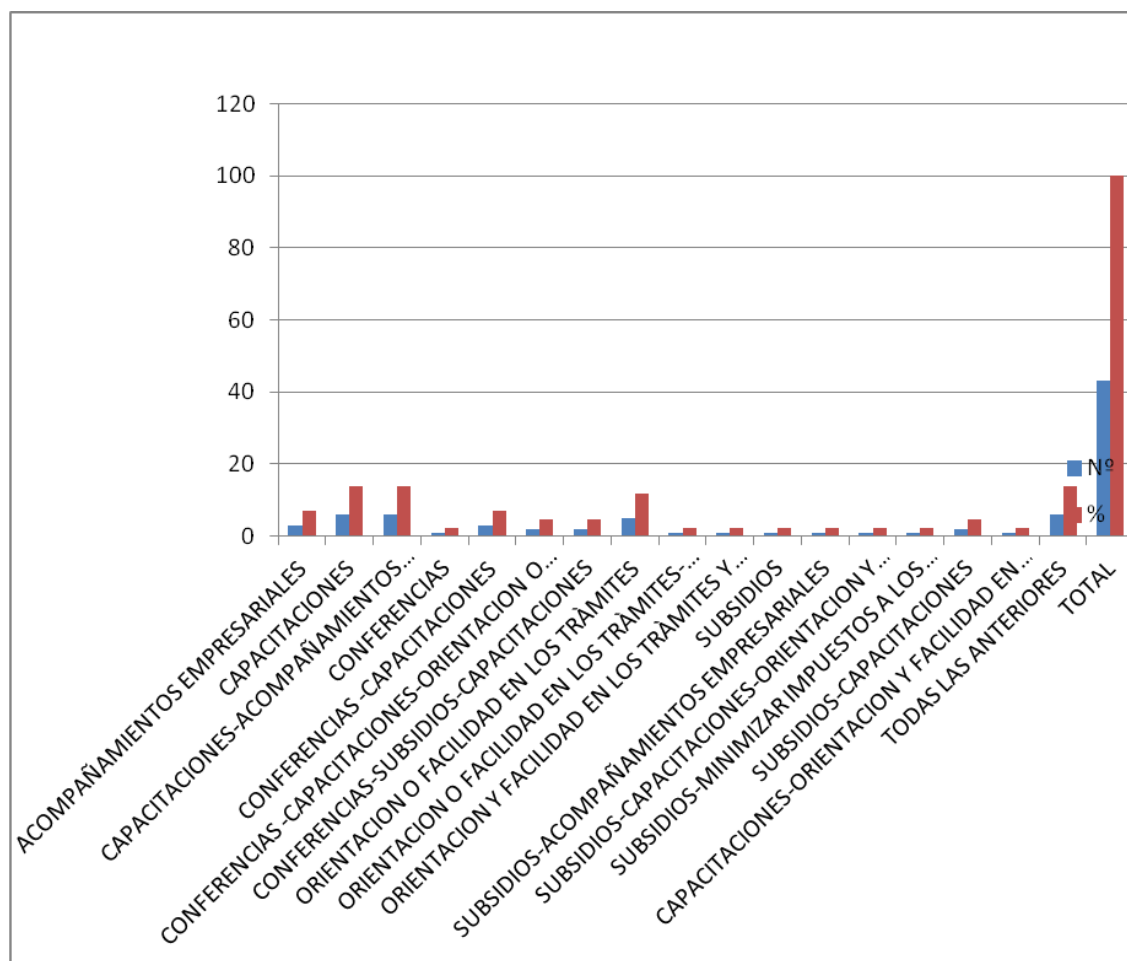
Respecto a la pregunta Número (6) seis ¿Qué empresas o entidades le han prestado el servicio de asesoría empresarial que usted ha necesitado?, se encontró que del 37,20% y del 4,65% que respondieron que no habían obtenido asesoría por parte de ninguna entidad, y no la habían solicitado, se respalda con un porcentaje del 41,86% que dicen que no aplica, y del 58,14% que respondieron en la pregunta anterior que sí tuvieron asesoría por alguna entidad reafirman esta respuesta con las siguientes opciones; el 39,53% cámara de comercio, el 4,65% cámara de comercio entidades bancarias, el 2,32% universidades, el 2,32% cámara de comercio–Dian, el 2,32% cámara de comercio-abogados y contadores independientes, el 2,32% cámara de comercio-agremiaciones empresarial Coomeva, el 2,32% cámara de comercio-entidades bancarias- universidades, el 2,32% entidades bancarias-abogados de empresas privadas.

Por medio de estas respuestas podemos identificar que la personas que dicen haber obtenido ayuda por parte de alguna entidad manifiestan con un mayor

porcentaje del 39,53% cámara de comercio, lo que deja ver que son pocas las entidades u organizaciones que ofrecen un apoyo a las microempresarias del sector servicios, también se ve reflejado en estas respuestas una falta de información, acerca de que entidades brindan este tipo de apoyo a las microempresas.

Figura 14. Pregunta 7 de la encuesta

7. ¿Cómo le gustaría a usted como empresaria que se fomentara el emprendimiento empresarial femenino en la ciudad de Palmira?



Fuente: Autoras

Tabla 10. Tabulación pregunta 7 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
Acompañamientos empresariales	3	6,97674

Capacitaciones	6	13,9535
Capacitaciones - acompañamientos empresariales	6	13,9535
Conferencias	1	2,32558
Conferencias – capacitaciones	3	6,97674
Conferencias - capacitaciones - orientación o facilidad en los trámites	2	4,65116
Conferencias – subsidios - capacitaciones	2	4,65116
Orientación o facilidad en los trámites	5	11,6279
Orientación o facilidad en los trámites - subsidios	1	2,32558
Orientación o facilidad en los trámites y acompañamientos empresariales	1	2,32558
Subsidios	1	2,32558
Subsidios - acompañamientos empresariales	1	2,32558
Subsidios – capacitaciones - orientación y facilidad en los trámites	1	2,32558
Subsidios - minimizar impuestos a los microempresarios	1	2,32558
Subsidios – capacitaciones	2	4,65116
Capacitaciones - orientación y facilidad en los trámites	1	2,32558
Todas las anteriores	6	13,9535
Total	43	100

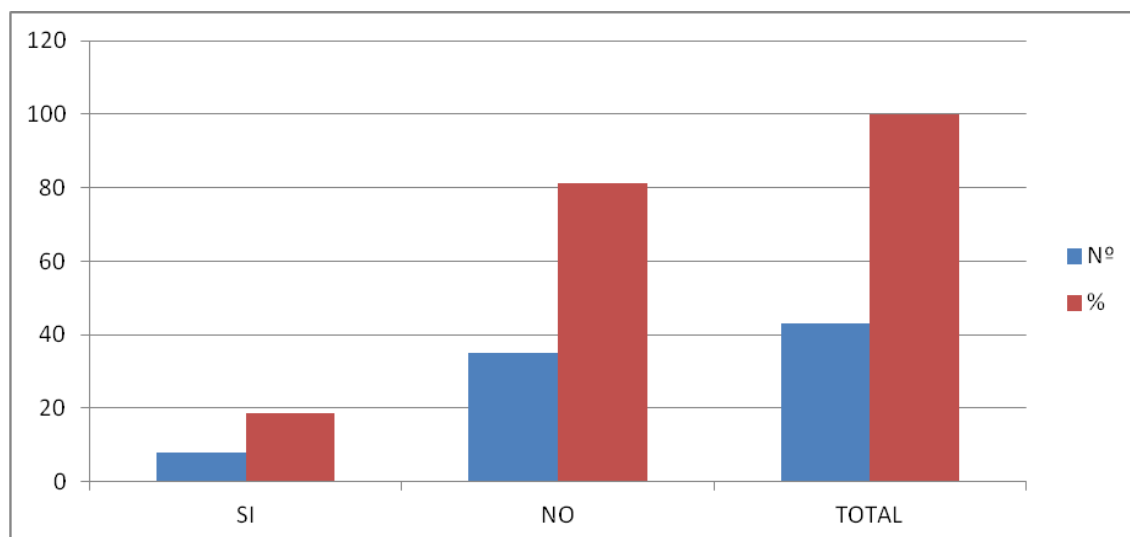
Fuente: Autoras

En la pregunta 7 ¿Cómo le gustaría a usted como empresaria que se fomentara el emprendimiento empresarial femenino en la ciudad de Palmira? Se encontró que el 13.95% de las empresarias les gustaría que se fomentara el emprendimiento empresarial femenino por medio de capacitaciones. El 13.95% le gustaría que se fomentara el emprendimiento empresarial femenino por medio de capacitaciones y acompañamientos empresariales, el 11.62% le gustaría que se fomentara por medio de orientación y facilidad en los trámites, el 6.97% le gustaría que se fomentara con acompañamientos empresariales , el

6.97% le gustaría que se fomentara por medio de conferencias y capacitaciones, el 4.65% le gustaría que se fomentara por medio de conferencias capacitaciones y orientación o facilidad en los trámites, el 4.65% le gustaría que se fomentara por medio de conferencias subsidios y capacitaciones, el 4.65 % le gustaría que se fomentara por medio de subsidios y capacitaciones, el 2.32% le gustaría que se fomentara por medio de conferencias, el 2.32% le gustaría que se fomentara por medio de orientación o facilidad en los trámites, el 2.32% le gustaría que se fomentara por medio de orientación o facilidad en los trámites y acompañamientos empresariales, el 2.33% le gustaría que se fomentara por medio de subsidios, el 2.33% le gustaría que se fomentara por medio de subsidios y acompañamientos empresariales, 2.33% le gustaría que se fomentara los subsidios capacitaciones orientación y facilidad en los trámites, el 2.33% le gustaría que se fomentara los subsidios y minimizar los impuestos a los microempresarios, el 2.32% le gustaría que se fomentara las capacitaciones, orientación y facilidad en los trámites, mientras el 13.95% opina que le gustaría que se fomente el emprendimiento empresarial femeninos por medio de todas las anteriores. Llegando a la conclusión que la necesidad más alta de las microempresarias del sector servicio de la ciudad de Palmira es la capacitación.

Figura 15. Pregunta 8 de la encuesta

8. ¿Usted cree que se presenta algún tipo de discriminación hacia la mujer empresaria emprendedora de la ciudad de Palmira?



Fuente: Autoras

Tabla 11. Tabulación pregunta 8 de la encuesta

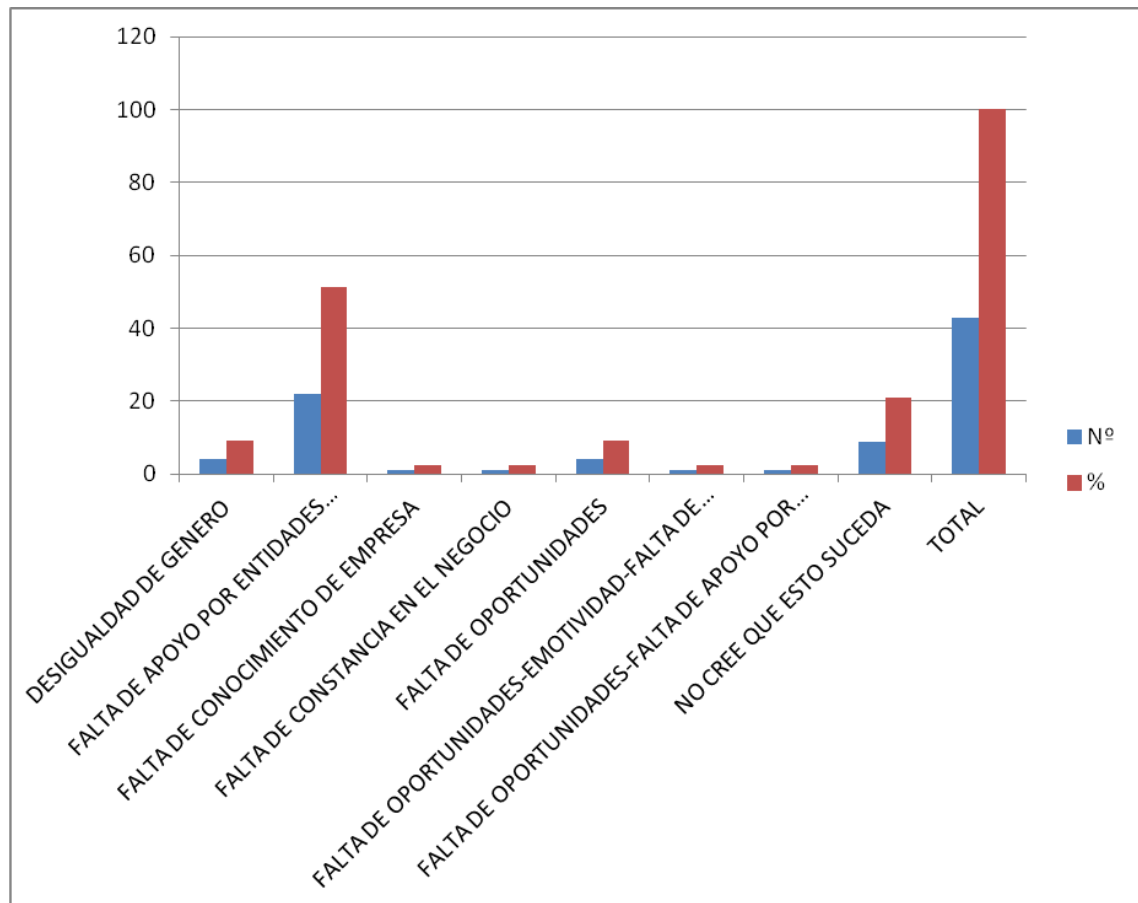
FRECUENCIA	Nº	%
SI	8	18,605
NO	35	81,395
TOTAL	43	100

Fuente: Autoras

En la pregunta 8 ¿Usted cree que se presenta algún tipo de discriminación hacia la mujer empresaria emprendedora de la ciudad de Palmira?, el 81.39% opina que esto no se presenta en Palmira, mientras el 18.60 % opina que si se presenta discriminación hacia la mujer emprendedora.

Figura 16. Pregunta 9 de la encuesta

9. ¿Por qué cree usted que los proyectos de emprendimiento liderados por mujeres tienen un porcentaje más alto de no llegar a tener éxito o a cumplir sus metas que los proyectos liderados por hombres?



Fuente: Autoras

Tabla 12. Tabulación pregunta 9 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
Desigualdad de género	4	9,3023
Falta de apoyo por entidades gubernamentales y privadas	22	51,163
Falta de conocimiento de empresa	1	2,3256
Falta de constancia en el negocio	1	2,3256
Falta de oportunidades	4	9,3023
Falta de oportunidades - emotividad - falta de capacitación	1	2,3256
Falta de oportunidades - falta de apoyo por entidades gubernamentales y privadas	1	2,3256
No cree que esto suceda	9	20,93
Total	43	100

Fuente: Autoras

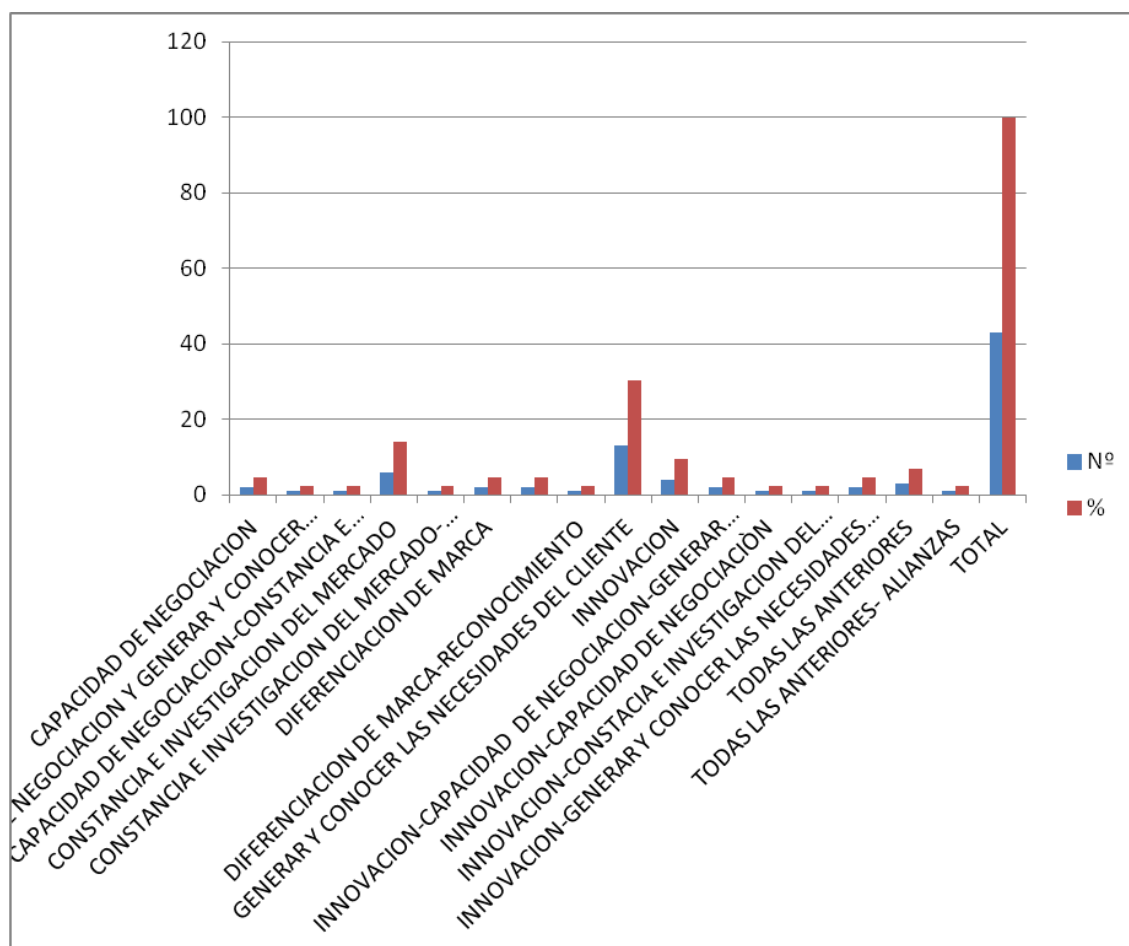
En la pregunta 9. ¿Por qué cree usted que los proyectos de emprendimiento liderados por mujeres tienen un porcentaje más alto de no llegar a tener éxito o a cumplir sus metas que los proyectos liderados por hombres? El 51.93% de las mujeres emprendedoras del sector servicios de la ciudad de Palmira opina que esta situación se presenta por la falta de apoyo de entidades gubernamentales y privadas, mientras el 20.93% cree que esta situación no sucede.

El 9.30% opina que esto sucede por la desigualdad de género, el 9.30% opina que esto sucede por la falta de oportunidades, el 2.32% cree que se presenta por la falta de conocimiento de la empresa, el 2.35% opina que se presenta por falta de constancia en el negocio, el 2.32% opina que se presenta por falta de oportunidades, emotividad y falta de capacitación, el 2.32% opina que se presenta falta de oportunidades, falta de apoyo por entidades gubernamentales y privadas. Se concluye que al parecer de las empresarias uno de los

principales factores para el fracaso de las microempresas de Palmira es la falta de apoyo de entidades gubernamentales y privadas.

Figura 17. Pregunta 10 de la encuesta

10. ¿Cuáles de estos elementos usted ha utilizado para tener una empresa exitosa?



Fuente: Autoras

Tabla 13. Tabulación pregunta 10 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
Capacidad de negociación	2	4,6512
Capacidad de negociación y generar y conocer las necesidades del cliente	1	2,3256
Capacidad de negociación - constancia e investigación del mercado - generar y conocer las necesidades del cliente	1	2,3256
Constancia e investigación del mercado	6	13,953
Constancia e investigación del mercado - generar y conocer las necesidades del cliente	1	2,3256
Diferenciación de marca	2	4,6512
Diferenciación de marca - generar y conocer las necesidades del cliente	2	4,6512
Diferenciación de marca – reconocimiento	1	2,3256
Generar y conocer las necesidades del cliente	13	30,233
Innovación	4	9,3023
Innovación - capacidad de negociación - generar y conocer las necesidades del cliente	2	4,6512
Innovación - capacidad de negociación	1	2,3256
Innovación - constancia e investigación del mercado	1	2,3256
Innovación - generar y conocer las necesidades del cliente	2	4,6512
Todas las anteriores	3	6,9767
Todas las anteriores – alianzas	1	2,3256
Total	43	100

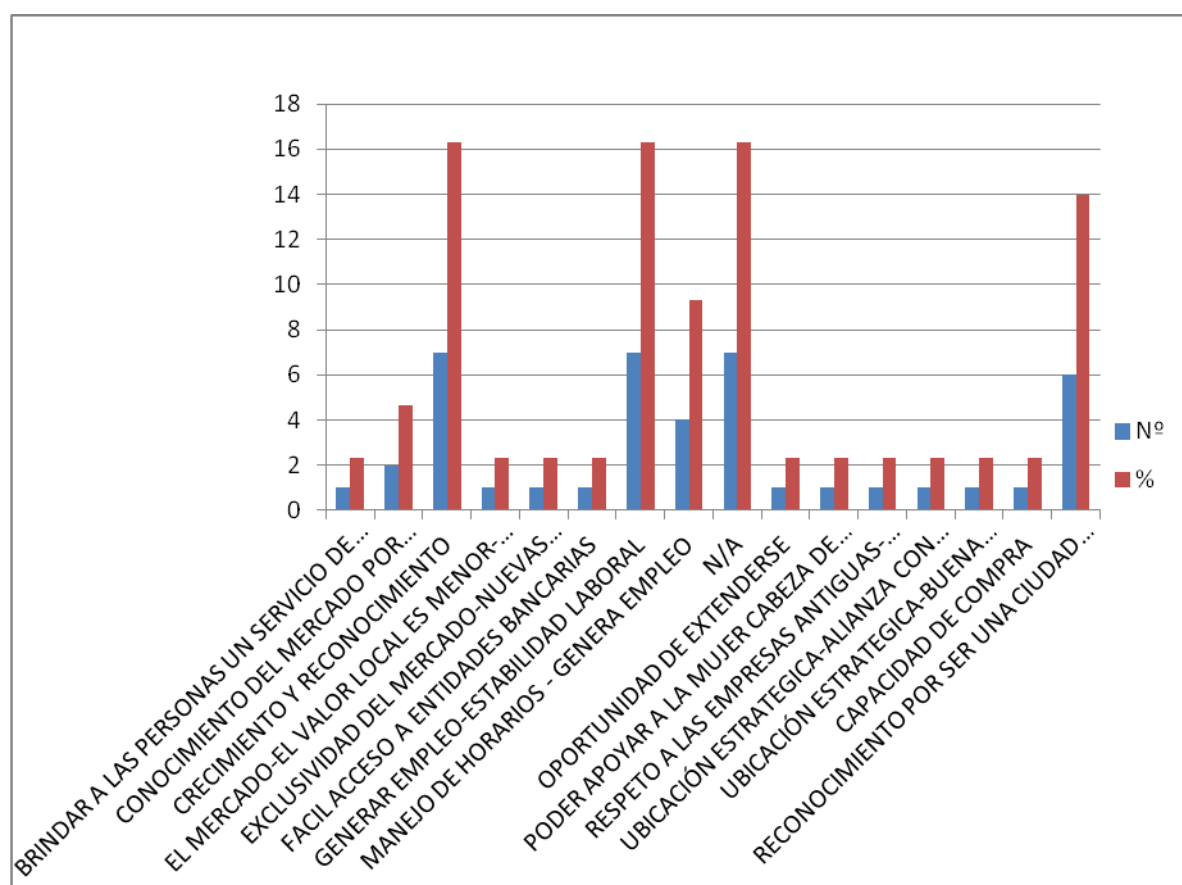
Fuente: Autoras

En la pregunta 10. ¿Cuáles de estos elementos usted ha utilizado para tener una empresa exitosa? Las mujeres empresarias emprendedoras de la ciudad de Palmira opinan en un 30.23% que han utilizado el generar y conocer las necesidades del cliente para tener una empresa exitosa, el 13.95% ha utilizado la constancia e investigación del mercado, el 9.30% ha utilizado la innovación, el 4.65% ha utilizado la capacidad de negociación, el 4.65%4.65% ha utilizado la diferenciación de marca, el 4.65% ha utilizado la diferenciación de marca, generar y conocer las necesidades del cliente; el 4.65% ha utilizado la

innovación y generar y conocer las necesidades del cliente, El 2.35% han utilizado la capacidad de negociación, el 2.35% ha utilizado la capacidad de negociación, constancia he investigación del mercado , generar y conocer las necesidades del cliente, el 2.35% ha utilizado la diferenciación de marca y el reconocimiento, el 2.35% ha utilizado la innovación y capacidad de negociación, el 2.35% ha utilizado las alianzas estratégicas más todas las anteriores para tener una empresa exitosa mientras el 6.97% ha utilizado todas las anteriores. Se puede concluir que un alto grado de las empresarias utilizan para tener una empresa exitosa el generar y conocer las necesidades del cliente.

Figura 18. Pregunta 11 de la encuesta

11. Elementos positivos de tener una empresa en la ciudad de Palmira



Fuente: Autoras

Tabla 14. Tabulación pregunta 11 de la encuesta

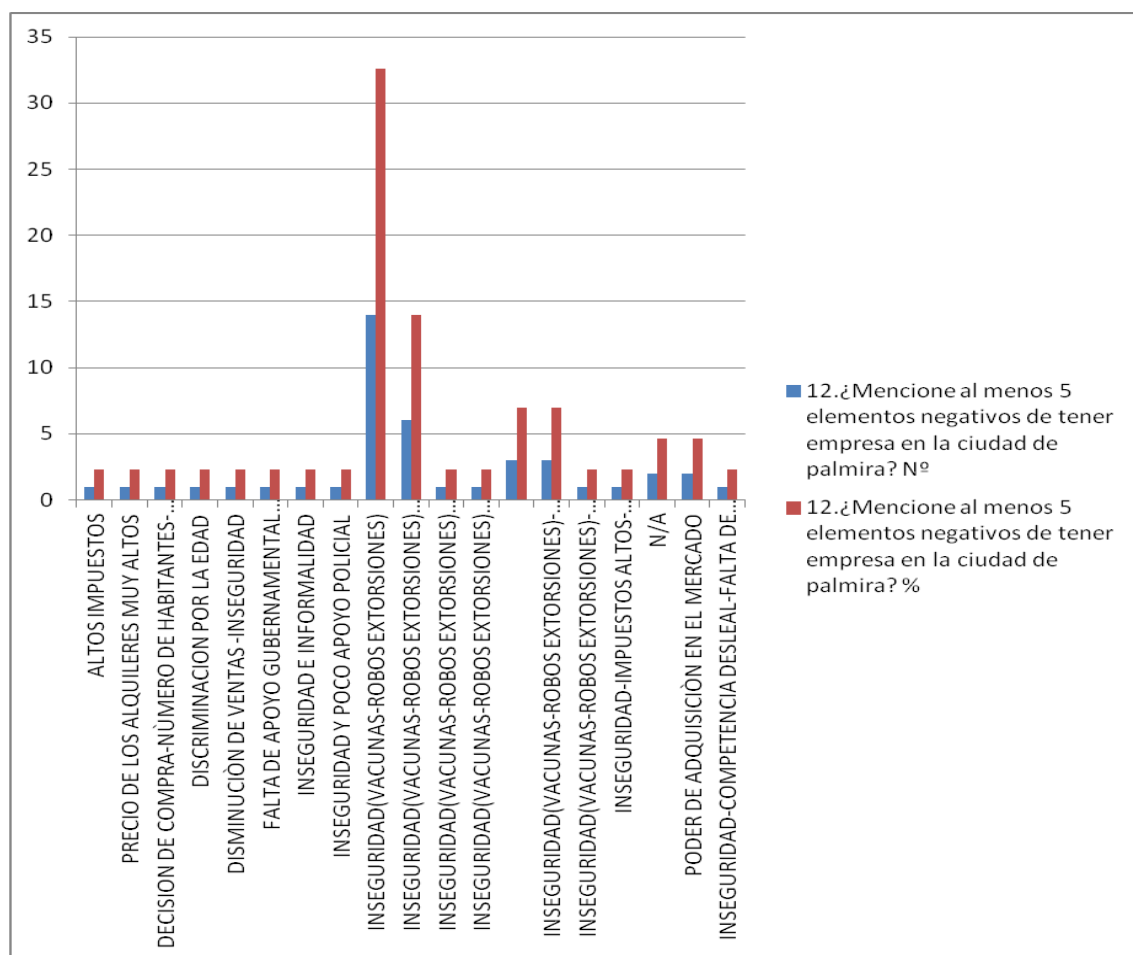
FRECUENCIA	Nº	%
Brindar a las personas un servicio de calidad y humanizado	1	2,3256
Conocimiento del mercado por tamaño de la ciudad	2	4,6512
Crecimiento y reconocimiento	7	16,279
El mercado - el valor local es menor-no hay saturación del mercado - ciudad intermedia	1	2,3256
Exclusividad del mercado - nuevas herramientas para la salud	1	2,3256
Fácil acceso a entidades bancarias	1	2,3256
Generar empleo - estabilidad laboral	7	16,279
Manejo de horarios - genera empleo	4	9,3023
N/A	7	16,279
Oportunidad de extenderse	1	2,3256
Poder apoyar a la mujer cabeza de familia - poder contribuir con los impuestos en la ciudad-generar empleo formal	1	2,3256
Respeto a las empresas antiguas-mismos clientes - mismo comercio	1	2,3256
Ubicación estratégica - alianza con otras empresas	1	2,3256
Ubicación estratégica - buena inversión - mejora la calidad de vida - fortalece el desarrollo de la ciudad - se genera empleo	1	2,3256
Capacidad de compra	1	2,3256
Reconocimiento por ser una ciudad pequeña	6	13,953
TOTAL	43	100

Fuente: Autoras

En la pregunta 11. Mencione elementos positivos de tener empresa en la ciudad de Palmira se obtiene los siguientes resultados el 16.27% cree que es muy bueno el crecimiento y reconocimiento que se pueden lograr en la ciudad, el 16.27% ve como elemento positivo el generar empleo y la estabilidad laboral, 13.95% contestó el reconocimiento por ser una ciudad pequeña, el 9.30% contestó el manejo de los horarios y generar empleo en la ciudad, el 4.65% contestó el conocimiento del mercado por el tamaño de la ciudad, el 2.32% contestó brindar a las personas un servicio de calidad humanizado, el 2.32% ve como elementos positivos el mercado, el valor local es menos, no hay saturación en el mercado, ciudad intermedia; el 2.35% exclusividad del mercado, nuevas herramientas para la salud, el 2.32% fácil acceso a entidades bancarias, el 2.32% oportunidad de extenderse, el 2.32% poder apoyar a la mujer cabeza de familia, poder contribuir con los impuestos de la ciudad, generar empleo formal; el 2.32% Respeto a las empresas antiguas, mismo comercio, mismos clientes; el 2.32% Ubicación estratégica, alianza con otras entidades; el 2.32% Ubicación estratégica, buena inversión, mejora la calidad de vida, fortalece el desarrollo de la ciudad, se genera empleo; el 2.32% capacidad de compra. Son múltiples los elementos positivos de tener empresa en la ciudad de Palmira aunque el 16.27% opina que no hay elementos positivos de tener microempresa en la ciudad de Palmira.

Figura 19. Pregunta 12 de la encuesta

12. ¿Mencione al menos 5 elementos negativos de tener empresa en la ciudad de Palmira?



Fuente: Autoras

Tabla 15. Tabulación pregunta 12 de la encuesta

FRECUENCIA	Nº	%
Altos impuestos	1	2,3255814
Precio de los alquileres muy altos	1	2,3255814
Decisión de compra - número de habitantes - temor a la innovación	1	2,3255814
Discriminación por la edad	1	2,3255814
Disminución de ventas – inseguridad	1	2,3255814
Falta de apoyo gubernamental inseguridad - cercanía con Cali - falta de progreso	1	2,3255814
Inseguridad e informalidad	1	2,3255814
Inseguridad y poco apoyo policial	1	2,3255814
Inseguridad (vacunas-robos extorsiones)	14	32,55814
Inseguridad (vacunas-robos extorsiones) impuestos altos	6	13,953488
Inseguridad (vacunas-robos extorsiones) impuestos altos - la gente prefiere comprar en Cali	1	2,3255814
Inseguridad (vacunas-robos extorsiones) impuestos altos - servicios públicos	1	2,3255814
Inseguridad (vacunas-robos extorsiones) competencia	3	6,9767442
Inseguridad (vacunas-robos extorsiones) – competencia - impuestos altos	3	6,9767442
Inseguridad (vacunas-robos extorsiones) – deudas - falta de oportunidades	1	2,3255814
Inseguridad - impuestos altos - discriminación y machismo	1	2,3255814
N/A	2	4,6511628
Poder de adquisición en el mercado	2	4,6511628
Inseguridad - competencia desleal - falta de apoyo del sector privado - falta de solidaridad	1	2,3255814
Total	43	100

Fuente: Autoras

En la pregunta 12. Mencione al menos 5 elementos negativos de tener empresa en la ciudad de Palmira, el 32.55% ve como un elemento negativo la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones), el 13.95 % la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones) y los impuestos muy altos, el 6.97% la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones), competencias, el 6.97% la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones), competencias, impuestos altos; el 4.65% poder de adquisición en el mercado; el 2.32% altos impuestos; el 2.32% precio de los alquileres muy altos, el 2.32% decisión de compra, número de habitantes, temor a la innovación; el 2.32% discriminación por la edad, el 2.32% la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones) disminución en las ventas; el 2.32% inseguridad (vacunas, robos y extorsiones) falta de apoyo gubernamental, cercanía con Cali, falta de progreso; el 2.32% la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones) informalidad, el 2.32% la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones) y falta apoyo policial; el 2.32% la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones) y los impuestos muy altos, la gente prefiere comprar en Cali; el 2.32% la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones) y los impuestos muy altos, servicios públicos; el 2.32% inseguridad (vacunas, robos y extorsiones), deudas, falta de oportunidades; el 2.32% inseguridad (vacunas, robos y extorsiones), impuestos altos, discriminación y machismo; el 2.32% inseguridad (vacunas, robos y extorsiones), competencia desleal, falta de apoyo del sector privado, falta de solidaridad. Mientras que el 4.65% opina que no hay ningún factor negativo en tener empresa en Palmira. Podemos concluir que las microempresas en la ciudad de Palmira están teniendo un alto grado de inseguridad como factor negativo para ellas.

16. CONCLUSIONES

Para determinar si los objetivos propuestos se cumplieron satisfactoriamente, se procede a mencionarlos y a explicar como se alcanzaron.

- Determinar el porcentaje de microempresas del sector servicios lideradas por mujeres en la ciudad de Palmira: Según la investigación realizada en Cámara de Comercio de Palmira se encontró en la última renovación realizada por los empresarios de la ciudad que de un total de 5528 empresas inscritas en Cámara de Comercio 5182 corresponden a microempresas y 125 corresponden a microempresas del sector servicios con activos entre 10.000.000= y menores a 501 salarios mínimos ,entre 0 y 10 empleados; de estas 125 microempresas; 50 son creadas por mujeres.(Según Base de Datos Generada por Cámara de Comercio).

Teniendo en cuenta las cifras anteriores el porcentaje de microempresas del sector servicios creadas por mujeres con activos entre 10.000.000= y menores a 501 salarios mínimos, entre 0 y 10 empleados corresponde al 40%.

Se puede concluir que dentro del porcentaje de Microempresas del sector servicios la mujer ocupa un porcentaje significativo de participación aunque no supera ni iguala el porcentaje de las microempresas creadas por hombres aunque en la actualidad se está fomentando la igualdad de género y el apoyo a la creación de empresas por parte de varias entidades privadas y gubernamentales a nivel del Departamento, aunque se presenta un desconocimiento de las mismas por parte de las microempresarias.

- Identificar el rango de tiempo de permanencia en el mercado de las microempresas del sector servicios creadas por mujeres: Según la investigación realizada a las mujeres emprendedoras de las microempresas del sector servicios de la ciudad de Palmira se logró identificar que de una muestra de 43 microempresas el 83.72% lleva más de 4 años en el mercado , se indago con las propietarias de dichas empresas y se encontró como resultado que estas microempresas son tradicionales de Palmira y su permanencia en el mercado se encuentra en un Rango entre 5 y 50 años, el 6.97% de las microempresas del sector servicios de Palmira llevan en el mercado Menos de un Año, su permanencia en el mercado se encuentra entre 5 y 7 meses. Con un 4.65%, respectivamente se encuentran dos rangos que son entre entre 1 y 2 años y entre 2 y 3 años.

Se puede concluir que la mayoría de las microempresas en Palmira llevan mucho tiempo de permanencia en el mercado ya que tienen un reconocimiento en la ciudad, llegando a ser las preferidas de los consumidores por ser tradicionales en el mercado esto ha generado que ellas no hayan desaparecido en el transcurso del tiempo. Las nuevas empresas que han sido creadas en la ciudad se han mantenido por la aceptación de los consumidores hacia servicios nuevos como Arepas Express y Somos vida Medicina Preventiva ya que son servicios nuevos e innovadores que llegaron a la ciudad para prestar a los consumidores nuevas alternativas en cuanto a los servicios de la salud y servicios de alimentación que no habían sido explorados por otros microempresarios y que han sido exitosos en los últimos meses.

Las microempresas que llevan en el mercado entre 1 y 3 años se han destacado por traer al mercado Palmireño servicios en los que anteriormente no se había incursionado en la ciudad por esta razón tiene un segmento del

mercado establecido y fidelizado. Como son el servicio de la Estética, Publicidad e inversiones.

Otros como en el caso de “Con Sabor Buffet Cafetería y Restaurante “han identificado las necesidades del cliente en una empresa como lo es la Panadería Mega pan y han buscado la forma de emprender otra línea de negocio dentro de un mismo mercado.

- Establecer si el emprendimiento femenino ha crecido en la ciudad de Palmira y como se está impulsando: Según la investigación realizada con las microempresarias de la ciudad de Palmira encontramos que la mayoría de las microempresas son tradicionales en la ciudad de una muestra de 43 Microempresas 36 corresponden a microempresas con más de 4 años en el mercado(desde 5 años hasta 50 años), entre 1 y 2 años en el mercado 2 microempresas, entre 2 y 3 años en el mercado 2 microempresas y menos de un año en el mercado 3 microempresas, para un total de 7 microempresas creadas por mujeres en los últimos 3 años.

Llegando a la conclusión de que en la ciudad de Palmira el emprendimiento empresarial femenino en las microempresas ha tenido un crecimiento mínimo para un lapso de tiempo de 3 años, lo que demuestra que en la ciudad de Palmira no se está impulsando de manera efectiva el emprendimiento empresarial femenino, esto se puede identificar ya que al realizar la encuesta e indagar a las microempresarias, la gran mayoría (27 de 43 microempresarias) mostraban un amplio desconocimiento acerca de los programas de fomento al emprendimiento que se llevan a cabo en la ciudad por entidades privadas y gubernamentales.

Las microempresarias que respondieron positivamente a la pregunta número 2 de la encuesta; ¿Usted cree que en la ciudad de Palmira se incentiva el emprendimiento empresarial femenino? fueron 16 de 43 microempresarias las cuales no tenían muy claro de qué manera y que entidades prestaban los servicios de asesoría a los microempresarios.

Cuando se les indago a las 16 microempresarias que habían respondido positivamente la pregunta mencionada en el párrafo anteriormente, ¿de qué forma se incentiva el emprendimiento empresarial femenino en la ciudad? las respuestas estuvieron divididas en Capacitaciones, capital semilla y subsidios. Se observó que estas respuestas se generaban a partir de algún comentario escuchado y no por una experiencia vivida.

Cuando se indago a la muestra en general si ha tenido respuesta de alguna entidad cuando lo ha necesitado, la mayoría (25 de 43 microempresarias) respondió que sí y 16 microempresarias respondieron que no mientras 2 de ellas respondieron que no la han necesitado.

Cuando se indagó a las microempresarias que respondieron positivamente a la pregunta anterior ¿qué entidades le han prestado el servicio de asesoría empresarial? Se encontró que 17 microempresarias respondieron que Cámara de Comercio ha sido la única entidad que les ha colaborado, 2 respondieron que cámara de comercio y las entidades Bancarias y el resto de empresarias se dividen entre Cámara de Comercio y DIAN, Cámara de Comercio y agremiaciones empresariales, Universidades.

Se puede concluir que hace falta en la ciudad más apoyo de las entidades gubernamentales y privadas fomentando el emprendimiento empresarial y

enseñando la importancia de asesorarse bien sobre el manejo adecuado de las microempresas entre otros temas de importancia para los microempresarios.

Se encontró por medio de fuentes secundarias como; cámara de comercio que las microempresas en la ciudad de Palmira han tenido una disminución en los últimos años, ya que algunas de estas microempresas creadas y registradas en cámara de comercio han desaparecido por diversos factores como; falta de oportunidades, desigualdad de género, falta de apoyo por entidades gubernamentales y privadas entre otras, lo cual ha disminuido y afectado el crecimiento empresarial de la ciudad.

- Crear estrategias que permitan fortalecer los factores que generan debilidad en el emprendimiento femenino de las microempresas del sector servicio en Palmira: Según la investigación realizada con las microempresarias de la ciudad de Palmira encontramos que los principales factores negativos de tener microempresa en Palmira son: la inseguridad (vacunas, robos y extorsiones), los altos impuestos, la falta de apoyo gubernamental y privada.

Una estrategia significativa para apoyar a los microempresarios, es solicitar a las entidades de seguridad y policía más apoyo en el factor de seguridad hacia los empresarios palmireños, ya que están siendo afectados por el problema de seguridad que se está presentando en la ciudad, por robos, vacunas, extorsiones entre otras, esta situación está generando desmotivación los propietarios de las microempresas.

Generar una política tributaria, en la cual los microempresarios registrados en Cámara de Comercio y que cumplan con todos los requisitos legales, se vean

beneficiados, con una disminución en los impuestos que se generan al crear empresa, ya que ellos están generando empleo y colaborando con el crecimiento de la ciudad, brindar beneficios a los microempresarios que paguen sus impuestos en las fechas establecidas.

Disminuir el grado de informalidad de las empresas, ya que los microempresarios que cumplen con todos los requisitos legales (impuestos, salarios, seguridad social) se ven afectados por la competencia en cuanto a precios generada por los competidores informales.

Brindar asesoría gratuita a todos los microempresarios que se encuentren registrados en Cámara de Comercio, para que ellos tengan una visión sobre sus negocios y sobre el mercado, para que logren innovar y extenderse hacia mercados potenciales que les permita obtener un alto reconocimiento y no se encuentren estancados en su colchón de confort como se pudo observar durante la investigación con las microempresas con más de 4 años en el mercado.

Difundir la información sobre redes de emprendimiento, creación de empresas y cualquier tipo de asesoría que se preste a las microempresarias de la ciudad de Palmira, en las universidades, en la cámara de comercio, entidades bancarias que manejen microcréditos, entidades no gubernamentales, ferias empresariales, por medio de visita a los establecimientos.

17. RECOMENDACIONES

Según las repuestas generadas a los objetivos planteados para el proyecto podemos generar una propuesta que logre fortalecer los puntos que se encuentran como debilidades y dificultades latentes para generar microempresa en Palmira.

El principal inconveniente en Palmira al momento de crear microempresa y su desarrollo es la problemática social que enfrenta la ciudad en cuanto al tema de seguridad, ya que muchas microempresarias expresan su temor e inconformidad frente a esta situación, una posible alternativa puede ser como ya mencionamos la posibilidad de más apoyo policial para los microempresarios, la posibilidad de generar cuadrantes, redes de apoyo que generen alternativas de seguridad para las microempresas, ligado a esto se encuentra el problema de las extorsiones, por esta razón es necesario que se siga fomentando la cultura de buscar ayuda con las entidades de seguridad para que no se siga presentando este fenómeno, que las personas denuncie y no permitan que se les siga extorsionando generando así que el problema crezca.

Otra alternativa que pueden seguir las entidades gubernamentales es buscar que la informalidad disminuya para que así haya una competencia sana entre los microempresario y no una competencia agresiva basada en precio más que en calidad, esto se puede lograr incentivando los programas de ayuda y fomento al microempresario, generando una mejor cultura para aquellos que no están en la informalidad y un cambio de mentalidad en aquellos que lo están.

Teniendo en cuenta que capacitar el microempresario e impulsar a las personas a generar empresa es una gran alternativa para que un país y en este caso una ciudad como Palmira crezca tenga más desarrollo económico y menos índice de pobreza ya que se genera empleo, es necesario que entidades gubernamentales y privadas busquen la posibilidad de fomentar esta alternativa, que poco se cultiva en la mentalidad de las personas, para que la ciudad tenga una avance es la economía es necesario que se les genere a las microempresarias una cultura de innovación, de creatividad que las vuelva microempresarias fuertes capaces de introducirse y competir en mercados externos.

Para que el espíritu empresarial produzca resultados concretos en términos de materialización de proyectos, no basta con tener buenas ideas. Las ideas ingeniosas abundan en las mentes del mundo de los negocios, pero escasean verdaderos planes de negocio – profundos, bien fundamentados técnicamente, administrados por equipos gerenciales sólidos. Y la falla principal es que no existen fuentes de financiación adecuadas para convertir en realidad tales proyectos creativos. Muchas nuevas microempresas fracasan por que inician labores con muy poco capital propio, alto endeudamiento y casi siempre con pasivos a corto plazo. Así ningún negocio incipiente puede sobrevivir. Porque como es apenas natural, la maduración financiera de todo negocio exige varios años de oxígeno económico antes de producir beneficios sostenibles y crecientes.⁶²

Por esta razón es necesario que el gobierno y el sector privado generen alternativas, más allá de los préstamos bancarios para que una microempresa sea sostenible en el tiempo por lo menos mientras logra pasar la barrera donde se está generando una solidificación económica, estos pueden ser

⁶² RODRIGUEZ MUNERA, Mauricio. "Brújulas empresariales II". *Pag. 16. consultado en la fecha 14 Abril del 2013.*

incentivos económicos o prestamos que tengan una financiación más cómoda que las que dan las entidades bancarias.

También las emprendedoras con grandes ideas pueden buscar la manera de asociarse a personas que tengan el capital suficiente para invertir en la idea y que no se pierda una buena oportunidad por falta de capital, también se pueden fomentar las campañas por medio de entidades no gubernamentales, en las cuales asisten inversionistas dispuestos a asumir riesgos, y les brindan apoyo a los emprendedores con grandes ideas dándoles un sustento económico a aquellos que tienen una buena idea con un plan de negocio adecuado a seguir, de igual manera buscar que se articulen las políticas de COLEMPRESARIAS con los lineamientos que se vienen trabajando en la red de emprendimiento de la ciudad de Palmira.

Pasando a la parte de la capacitación es necesario que se busque la manera de que las microempresaria no solo conozcan los planes de capacitaciones brindadas por algunas entidades si no generar las necesidad de que ella busquen y usen estas alternativas, fortalecer y nutrir la manera de las capacitaciones, crearles una mentalidad competitiva, de innovación, que las emprendedoras se dirijan a mercados que no se encuentren muy explotados que abran nuevos mercados que creen otras necesidades a los consumidores, concientizarlas de que el mundo económico es agresivo y para sostenerse es necesario cambiar y ser flexibles a los gustos y necesidades del cliente, estar alerta a las exigencias del entorno a los competidores, a los cambios del mercado por ejemplo los tratados de libre comercio, mirar oportunidades para crecer como microempresa y concentrarse en identificar y mejorar las debilidades para que no tenga problemas y crisis al enfrentarse a la competencias y a las exigencias que trae un tratado con otros países.

Mostrarle a las microempresarias que para crecer es necesario examinarse y con ellas a su equipo de trabajo para que se autocríten y estén en un contante mejoramiento para ellas y para ser más atractivas frente al mercado. Para que una microempresa de servicios continúe en el mercado, es necesario que se posicione dentro de los consumidores, con constante innovación, crear un cambio en las fuerzas de mercado por medio de la diferenciación e innovación, la emprendedora debe hacer q el negocio sea viable en el papel, antes de salir a conseguir recursos financieros, una buena estrategia es la asociación, entre el sector privado, la academia y las emprendedoras, pues las microempresas no tienen recursos para sostener un sistema de innovación a largo plazo. El plan de negocios en una universidad es la primera tarea para la creación de una empresa, pero no debe quedarse en la tarea. Las universidades deben aliarse con incubadoras para que esos planes de negocios surjan a empresas reales.⁶³.

Las universidades deben ser un apoyo para los emprendedores, se pueden implementar planes en algunas materias no solo para crear proyectos de innovación si no para estudiar y apoyar a aquellos emprendedores con grandes ideas que no tienen la posibilidad de estudiar y por ende no poseen el conocimiento para realizar el proyecto, su financiación y plan de mercadeo, estrategias de crecimiento e incursión al mercado.

De esta manera se puede lograr que el espíritu emprendedor en Palmira surja y reafirmar la confianza de las mujeres para crear microempresas en el sector servicios de la ciudad y así contriibuir al crecimeinto económico de Palmira.

⁶³ RODRIGUEZ MUNERA, Mauricio. "Brújulas empresariales II". *Pag. 16. consultado en la fecha 14 Abril del 2013.*

18. CRONOGRAMA ACTIVIDADES

Las actividades se desarrollarán durante el periodo Noviembre 2012 a Abril 2013

Tabla 16. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Nov/12	Dic/12	Ene/13	Feb/13	Mar/13	Abr/13	May/13	Jun/13
Recolección y selección de la información	X	X						
Elaboración, revisión y ajustes del proyecto		X						
Ejecución de la investigación					X			
Redacción Informe Final						X		
Revisión y ajustes informe final						X		
Entrega de trabajo a Jurados							X	
Sustentación del trabajo								X

Fuente: Autoras

19. PRESUPUESTO

Tabla 17. Plan de Presupuesto

Gastos	Costo unitario	No de Actividades	Costo parcial
Transporte	8.000 (por día)	10	80.000
Internet	40.000 (por mes)	3	120.000
Fotocopias	100 (por copia)	200 (aprox.)	20.000
Impresiones informes parciales y definitivo	200 (por hoja)	200 (aprox.)	40.000
Imprevistos	150.000	1	150.000
TOTAL			410.000

Fuente: Autoras

BIBLIOGRAFÍA

BORJA, Walden. Evaluación de la Política Social 2003". Santa Fe de Bogotá: Contraloría General de la República. 2004.

BUENAS TAREAS. "Iniciativa emprendedora". Disponible en:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Iniciativa-Emprendedora/375076.html>.
Consultado el 01 octubre 2012. 2009.

CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA. Anuario Estadístico de Palmira año 2011. Disponible en: <http://www.fundacionprogresamos.org.co/anuario-estadistico-2010/Palmira%202011/03/0305.pdf>. Colombia. 2011.

CASTILLO H, Alicia. "Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento" Intec Chile. Disponible en:
http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado_arte_emprendimiento.pdf. Consultado en la fecha 03 Octubre 2012. Chile. 1999. pág. 15.

CARDONA, Alejandra. Sector servicios Colombia. CONIELEC. Publicado en Octubre 3. Disponible en: <http://procesosconielec.blogspot.com/2007/10/sector-servicios-colombia.html>
Consultado en la fecha 5 febrero de 2013. 2007.

CASTRILLÓN, Glenda María y RICAURTE, Juan Carlos. Tesis Caracterización de la mujer emprendedora en Colombia. Universidad del Norte. Disponible en: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/10584/131/1/32785746.pdf>.

Consultado el 5 Febrero de 2013.

CERVANTES MUÑOZ. María Angélica. “Factores claves de éxito en microempresas del municipio de Palmira Valle del Cauca con más de cinco años de creación”. Tesis para optar al título de magister en administración de empresas. Universidad Nacional Manizales. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/4638/1/7709008.2011.pdf>. Consultado el 30 septiembre 2012. Colombia, 2011. Pág. 29.

COLEMPRESARIAS. “Organización gremial”. Colempresarias. Disponible en: <http://www.colempresarias.org/quienes-somos/brochure/>. Consultado 3 Septiembre 2012. Colombia, 2011.

CONSTITUCIÓN POLITICA DE COLOMBIA. Normativa en la guía del emprendimiento, economía colombiana. Disponible en: <http://www.encolombia.com/economia/economiacolombiana/Guiadeemprendimiento/Normativa.htm>. Consultado en la fecha 01 Octubre 2012. Colombia.

EMPRENDE. Tres claves para emprender (El Modelo de Timmons) Disponible en: http://www.emprende.edu.ve/noticias/25-tres-claves-para-emprender?complete_site=0. Consultado el 10 de febrero de 2013. Venezuela. 2012.

FUNDACIÓN PROGRESAMOS. Anuario estadístico de Palmira 2011.

Disponible en:

www.fundacionprogresamos.org.co/.../Palmira%202011/02/0201.pdf. Colombia. 2011.

GERENCIE.COM. Emprendimiento. Concepto y Definición de emprendimiento.

Disponible en Internet: Disponible en:

<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>. 2010.

GUIA DE PLANIFICACIÓN FINANCIERA. Definición de emprendedor:

identificando puntos en común en diferentes definiciones. Disponible en:

<http://www.financialplanninginfoguide.com/definicion-de-emprendedor.html>.

Consultado en la fecha 03 Octubre 2012.

MATOSAS, Ana Clara y SILVEIRA, Sara. Género y Economía informal en

América Latina. Nuevos retos y respuestas posibles desde las políticas de

información de trabajo. Cinterfor boletín Nro. 155: Formación en la economía

informal. Montevideo: Cinterfor. 2003.

MINISTERIO DEL COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Ley 1014 de fomento

a la cultura del emprendimiento. Disponible en:

[http://www.buenastareas.com/ensayos/Ley-1014-De-De-Fomento-](http://www.buenastareas.com/ensayos/Ley-1014-De-De-Fomento-a/128527.html)

[a/128527.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/Ley-1014-De-De-Fomento-a/128527.html). Consultado en la fecha 01 Octubre 2012. Colombia. 2006.

PERISCOPIO. Que es emprendimiento. Disponible en:

<http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES->

[EMPREDIMIENTO.html#](http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES-).UH8zuG9mltw. Consultado el 01 Octubre 2012.

PORRAS JIMENÉZ, Jaime Augusto. Diseño conceptual del emprendimiento para el desarrollo regional con la perspectiva de la complejidad Autopoiesica”. Tesis para optar al título de magister en administración de empresas. Universidad Nacional Manizales. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1015/1/jaimeaugustoporrasjimenez.2006.pdf> consultado el 24 Noviembre 2012. Colombia. 2006. Pág. 56.

PROFAMILIA. Salud Sexual y reproductiva en Colombia. Encuesta Nacional de Demografía y Salud 2000. Área de evaluación e investigación de Profamilia: Santa Fe de Bogotá. 2000.

NACIONES UNIDAS. Objetivos del milenio. Disponible en: [http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/11-31342\(S\)MDG_Report_2011_Book_LR.pdf](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/11-31342(S)MDG_Report_2011_Book_LR.pdf). Consultado el 31 Octubre 2012. 2011.

REVISTA ACCIÓN. Entrevista con un experto. Edición 118, Marzo. Cámara de Comercio de Cali. Disponible en: <http://www.ccc.org.co/archivo/revista-accion/118/l.html>. Consultado 10 Septiembre 2012. Colombia. 2010

REVISTA ACCIÓN. Las mujeres se abren paso como empresarias. Cámara de Comercio de Cali. Edición 094. Disponible en: <http://www.ccc.org.co/archivo/revista-accion/094/b.html>. Consultado: 30 Agosto 2012. Colombia. 2008.

RODRÍGUEZ MÚNERA, Mauricio. Brújulas empresariales II. Publicado Casa Editorial El Tiempo S.A. consultado 14 Abril del 2013. Colombia. 2005. Pag.16.

THOMPSON, Iván. Definición de empresario. Promonegocios. Disponible en Internet: <http://www.promonegocios.net/empresa/definicion-empresarios.html>. 2012.

UNIVERSIDAD DE CALDAS. Emprendimiento femenino: una puerta al desarrollo. Disponible en: http://www.uca.edu.sv/.../45a2aa_3.sobrelosemprendimientokarenduke.doc. Consultado el 30 septiembre 2012. Pág. 1.

URIBE, Consuelo. La reforma de pensiones en Colombia y la equidad de género. Series mujer y desarrollo. N. 41. Proyecto: Impacto de género de la reforma de pensiones en América Latina. Unidad Mujer y Desarrollo. Santiago de Chile: Cepal. 2002.

VARGAS CORDERO, Zoila Rosa. La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. Vol.33.num.1. Disponible en: <http://www.redalyc.org/redalyc/pdf/440/44015082010.pdf>. Consultado 10 Octubre 2012. Universidad de Costa Rica, 2009. Pág. 6.

VELEZ, Carlos. "Colombia poverty Report". Green Cover Confidential, Colombia Country Management Unit PREM Sector Management Unit Latin America and Caribbean Region. Volumen 1. Washington D.C. Banco Mundial. 2002.

ANEXOS

Anexo A

BASE DE DATOS GENERADA POR LA CAMARA DE COMERCIO

Anexo B

ENCUESTA UNIVERSIDAD DEL VALLE

INVESTIGACIÓN EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL FEMENINO EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN LA CIUDAD DE PALMIRA - VALLE DEL CAUCA

Ciudad: ----- Fecha: -----

Nombre: -----

Nivel de estudios:

Primaria -----

Secundaria -----

Técnico -----

Tecnólogo -----

Profesional -----

Edad:

menos de 20 -----

entre 20 y 30 -----

entre 30 y 40 -----

entre 40 y 50 -----

más de 50. -----

Estado civil:

Soltera -----

Casada -----

Viuda -----

Divorciada -----

lugar de nacimiento: -----

lugar de residencia: -----

número de personas
a cargo en su empresa: -----

Hace cuanto vive en la ciudad: -----

Empresa: -----

Marque con una X según su elección.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado su empresa?

menos de un año. -----

entre 1 y 2 años. -----

entre 2 y 3 años -----

entre 3 y 4 años -----

más de 4 años -----

2. ¿Usted cree que en la ciudad de Palmira se incentiva el emprendimiento
empresarial femenino?

SI -----

NO -----

Si la respuesta anterior es SI pase a la pregunta 3- de lo contrario Pase a la pregunta 4

3. ¿De qué forma cree usted que se incentiva el emprendimiento empresarial femenino en Palmira?

Capital semilla -----
Subsidios -----
Capacitaciones -----
Invitaciones a ferias empresariales -----
Otros. ¿Cuáles? -----

4. ¿Por qué motivo cree usted que se ha disminuido el porcentaje de microempresas en la ciudad de Palmira en los Últimos años?

Disminución del porcentaje de mercado -----
Falta de oportunidades -----
Discriminación de género -----
Falta de información y direccionamiento estatal -----
Cambio de ciudad -----
Mala administración -----
Otros. ¿Cuáles? -----

5. ¿Cuándo ha necesitado algún tipo de asesoría empresarial ha tenido respuesta de alguna entidad?

SI -----
NO -----

¿Por qué?

Si la respuesta anterior es SI pase a la pregunta 6 - de lo contrario Pase a la pregunta 7

6. ¿Qué empresas o entidades le han prestado el servicio de asesoría empresarial que usted ha necesitado?

Cámara de comercio -----

Entidades bancarias-----

Agremiaciones empresariales -----

Universidades -----

Otros. ¿Cuáles?

7. ¿Cómo le gustaría a usted como empresaria que se fomentara el emprendimiento empresarial femenino en la ciudad de Palmira?

Conferencias -----

Subsidios -----

Capacitaciones -----

Orientación o facilidad en los trámites -----

Acompañamientos empresariales -----

Otros ¿cuáles?

8. ¿Usted cree que se presenta algún tipo de discriminación hacia las mujeres empresarias emprendedoras en la ciudad de Palmira? Si su respuesta es Si responda ¿por qué?

SI -----

NO -----

¿Por qué?

9. ¿Por qué cree usted que los proyectos de emprendimiento liderados por mujeres tienen un porcentaje más alto de no llegar tener éxito o a cumplir sus metas que los proyectos liderados por hombres?

Falta de oportunidades-----

Desigualdad de género -----

Falta de apoyo por entidades gubernamentales y privadas

Otras ¿cuáles?

10. ¿Cuáles de estos elementos usted ha utilizado para tener una empresa exitosa?

Innovación -----

Diferenciación de marca-----

Capacidad de negociación -----

Constancia e investigación del mercado -----

Generar y conocer las necesidades del cliente -----

Otros ¿cuáles?

11. Mencione al menos 5 elementos positivos de tener empresa en la ciudad de Palmira

- -----
- -----
- -----
- -----
- -----

12. Mencione al menos 5 elementos Negativos de tener empresa en la ciudad de Palmira

- -----
- -----
- -----
- -----
- -----

OBSERVACIONES

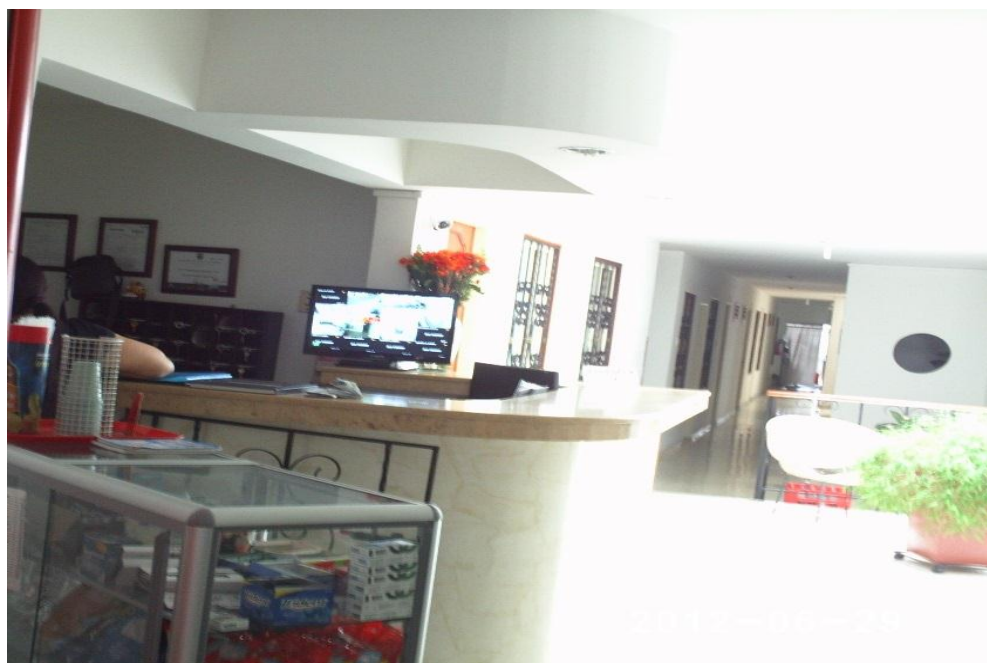
Gracias por su colaboración.

Anexo C

EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DE TRABAJO DE CAMPO

HOTEL EMPERADOR

Figura 20. Foto #1 Hotel Emperador



Fuente: Autoras

Figura 21. Foto # 2 Hotel Emperador



Fuente: Autoras

Figura 22. Foto # 3 Hotel Emperador



Fuente: Autoras

Figura 23. Foto # 4 Hotel Emperador



Fuente: Autoras

CENTRO DE ESTETICA Y SPA DOCTOR MAURICIO MORENO

Figura 24. Foto # 1 Centro de Estética y SPA Doctor Mauricio Moreno



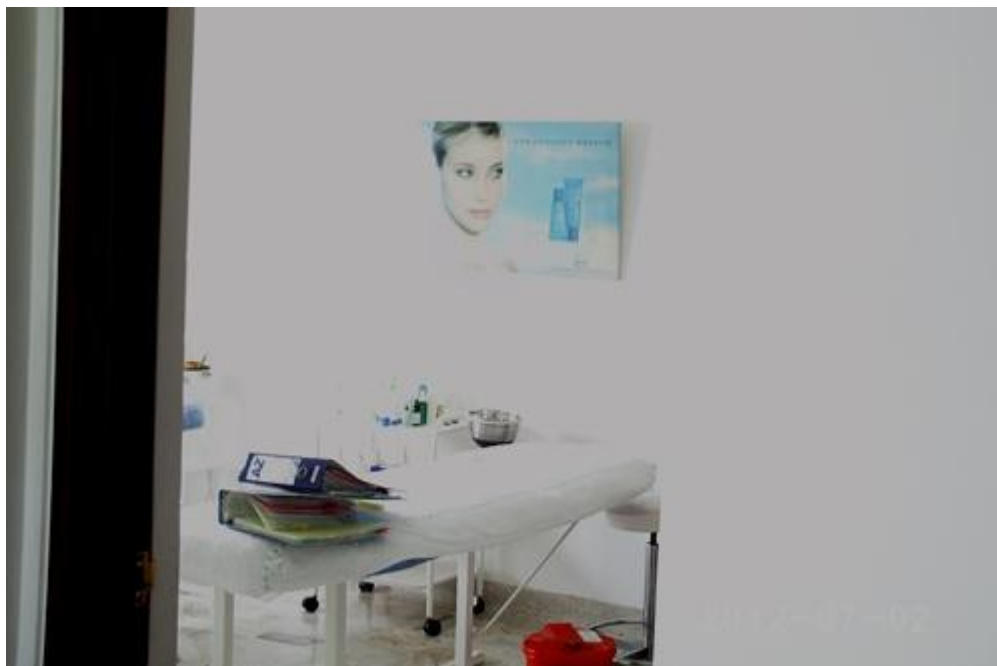
Fuente: Autoras

Figura 25. Foto # 2 Centro de Estética y SPA Doctor Mauricio Moreno



Fuente: Autoras

Figura 26. Foto # 3 Centro de Estética y SPA Doctor Mauricio Moreno



Fuente: Autoras

CENTRO DE ESTÉTICA SARA CENTER

Figura 27. Foto # 1 Centro de Estética Sara Center



Fuente: Autoras

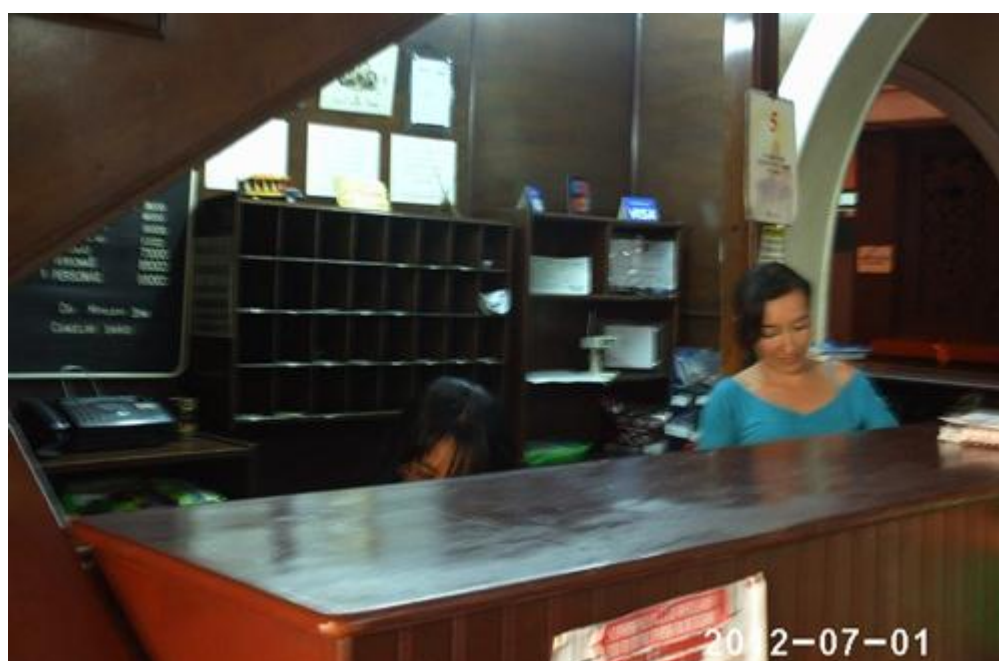
Figura 28. Foto # 2 Centro de Estética Sara Center



Fuente: Autoras

HOTEL EL DORADO

Figura 29. Foto # 1 Hotel el Dorado



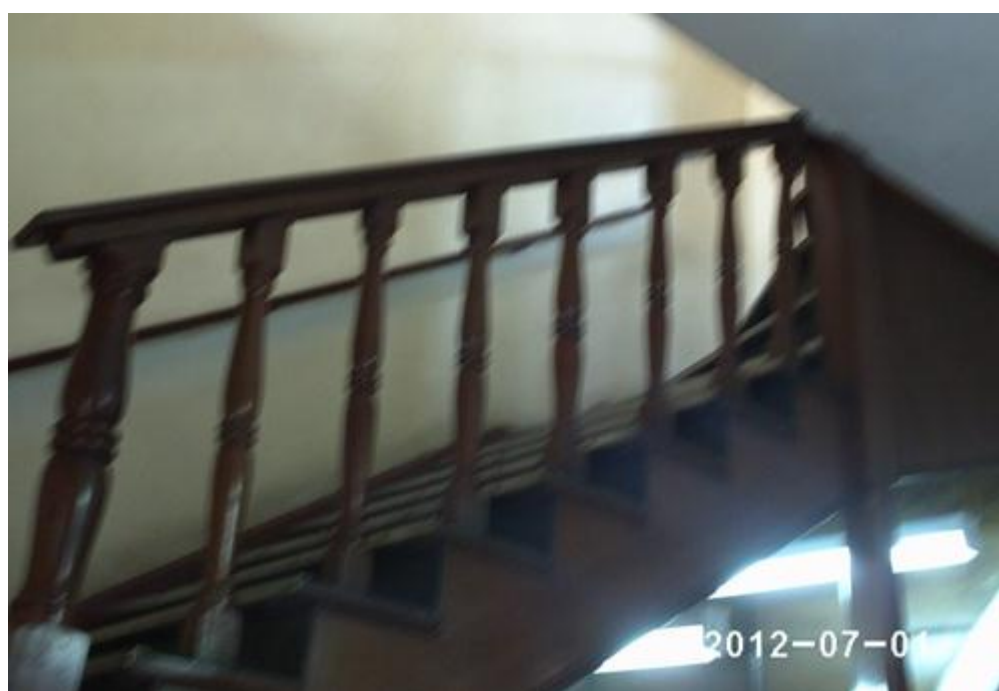
Fuente: Autoras

Figura 30. Foto # 2 Hotel el Dorado



Fuente: Autoras

Figura 31. Foto # 3 Hotel el Dorado



Fuente: Autoras

IMPRESIONES LITOPALMIRA

Figura 32. Foto # 1 Impresiones Litopalmira



Fuente: Autoras

Figura 33. Foto # 2 Impresiones Litopalmira



Fuente: Autoras

Figura 33. Foto # 3 Impresiones Litopalmira



Fuente: Autoras

HELADERIA TIOGA

Figura 35. Foto # 1 Heladería Tioga



Fuente: Autoras

Figura 36. Foto # 2 Heladería Tioga



Fuente: Autoras

RESTAURANTE EL ZAGUAN DE LOS CARMELOS

Figura 37. Foto # 1 Restaurante El Zaguán de los Carmelos



Fuente: Autoras

Figura 38. Foto # 2 Restaurante El Zaguán de los Carmelos



Fuente: Autoras

Figura 39. Foto # 3 Restaurante El Zaguán de los Carmelos



Fuente: Autoras

Figura 40. Foto # 4 Restaurante El Zaguán de los Carmelos



Fuente: Autoras

OFICINA CENTRAL DE ARRENDAMIENTOS

Figura 41. Foto # 1 Oficina Central de Arrendamientos



Fuente: Autoras

Figura 42. Foto # 2 Oficina Central de Arrendamientos



Fuente: Autoras

Figura 43. Foto # 3 Oficina Central de Arrendamientos



Fuente: Autoras

SOMOS VIDA MEDICINA PREVENTIVA

Figura 44. Foto # 1 Somos Vida Medicina Preventiva



Fuente: Autoras

Figura 45. Foto # 2 Somos Vida Medicina Preventiva



Fuente: Autoras

AREPAS EXPRESS

Figura 46. Foto # 1 Arepas Express



Fuente: Autoras

Figura 47. Foto # 2 Arepas Express



Fuente: Autoras

Figura 48. Foto # 3 Arepas Express



Fuente: Autoras

Figura 49. Foto # 4 Arepas Express



Fuente: Autoras

PARQUEADERO EL SITIO

Figura 50. Foto # 1 Parqueadero el Sitio



Fuente: Autoras

Figura 51. Foto # 2 Parqueadero el Sitio



Fuente: Autoras

Figura 52. Foto # 3 Parqueadero el Sitio



Fuente: Autoras

FRUTERÍA EL MANÁ

Figura 53. Foto # 1 Frutería El Maná



Fuente: Autoras

Figura 54. Foto # 2 Frutería El Maná



Fuente: Autoras

Figura 54. Foto # 3 Frutería El Maná



Fuente: Autoras

LABORATORIO GENNY PARRA

Figura 55. Foto # 1 Laboratorio Genny Parra



Fuente: Autoras